

Axe eAtlasudoe :

PENETRATION D'INTERNET DANS LES FOYERS

Une analyse comparative des régions d'Aragon, de Lisbonne et de Midi-Pyrénées
 Uma análise comparativa da Região de Midi-Pyrénées, Aragão e a Região de Lisboa
 Una comparación entre las Regiones de Aragón, de Lisboa Y Valle del Tajo e Midi-Pyrénées

2006

Territoires :

Aragon en Espagne

Région de Lisbonne au Portugal

Midi-Pyrénées en France

Réalisé par :

ARDESI

OASI

FLUL/CULT



Fiches Techniques :

Étude coordonnée par :



ARDESI - Agence Régionale pour le Développement de la Société de l'Information

Frederic Duvernoy, Christine Gennaro (Saint), Jean-Paul Lareng, Lydie Thomassin

<http://www.ardesi.fr>

Avec la collaboration de :



FLUL - Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

Eduarda Marques da Costa, Paulo Morgado, Nuno Costa, Jorge Rocha, Ricardo Agostinho

<http://www.fl.ul.pt/>



CULT - Comunidade Urbana da Lezíria do Tejo

António Torres, Miguel Carrinho

<http://www.cult.pt/cult>



OASI - Observatorio Aragonés de la Sociedad de la Información

José Félix Muñoz Soro, Ludi Edic Clavijo Moreno, Eduardo Ortas Fredes

<http://www.observatorioaragones.org>

SOMMAIRE

Préambule.....	p5
----------------	----

I. LES TIC DANS LES FOYERS : UN PANORAMA GENERAL...

1.1. Du côté de l'Europe

1.1.1. Les plans d'action eEurope.....	p7
1.1.2. Quelques chiffres européens.....	p11

1.2. Du côté de l'Espagne

1.2.1. L'influence de la politique espagnole.....	p18
1.2.2. Quelques chiffres nationaux espagnols.....	p21
1.2.3. Eclairage aragonais.....	p22

1.3. Du côté du Portugal

1.3.1. L'influence de la politique portugaise.....	p24
1.3.2. Quelques chiffres nationaux portugais.....	p26
1.3.3. Eclairage sur la Région de Lisbonne	p27

1.4. Du côté de la France

1.4.1. L'influence de la politique française.....	p28
1.4.2. Quelques chiffres nationaux français.....	p32
1.4.3. Eclairage midi-pyrénéen.....	p35

II. ...QU'EN EST-IL DANS LE CADRE DU PROJET EATLASUDOE ?

2.1. L'axe « Pénétration d'Internet dans les foyers » dans le cadre du projet eAtlasudoe

- 2.1.1. Choix de l'axe de travail « Pénétration d'Internet dans les foyers »p38
- 2.1.2. Intérêts et résultats attendus d'une telle démarche.....p39

2.2. La méthodologie d'observation

- 2.2.1. Comparaison des différentes grilles d'analyse déjà existantes. p40
- 2.2.2. Mise en place d'un questionnaire commun.....p41
- 2.2.3. Trois méthodologies pour trois enquêtes de terrain.....p42
- 2.2.4. Recueil des données.....p43

2.3. Résultats et grandes tendances : analyse qualitative

- 2.3.1. Le taux d'équipement et la connexion à Internet.....p44
- 2.3.2. L'utilisation d'Internet et les réticences.....p46
- 2.3.3. L'utilisation d'Internet : fréquence et fréquentation des LAI.....p48
- 2.3.4. Les différents types d'usage.....p50

Perspectives.....p51

Glossaire.....p53

Table des figures.....p54

Sources.....p55

Annexes.....p56

📄 Grille commune eAtlasudoe



Préambule

En 2004, la moitié des européens affirment avoir utilisé Internet. Les moins de 24 ans semblent être les plus adeptes, avec 75% d'entre eux qui naviguent régulièrement plus ou moins sur la toile. En 2005, environ un foyer européen sur deux possède une connexion Internet.

Au cours des vingt dernières années, l'informatique et l'Internet ont bouleversé l'économie, la recherche scientifique et l'administration au niveau mondial. Les réseaux informatiques maillent progressivement l'ensemble des territoires. Les politiques publiques centrées sur la Société de l'Information ont un rôle à jouer dans ce domaine. Les TIC représentent un des moyens de lutter contre l'exclusion sociale.

Afin de mieux observer la diffusion des nouvelles technologies, le programme européen eAtlasudoe a pour objectif de transmettre aux chercheurs et aux acteurs publics des informations sur l'évolution des usages des TIC.

Une équipe, formée de trois universités et de trois observatoires régionaux, a choisi de constituer une communauté de travail pour rendre compte de l'émergence de la Société de l'Information sur les territoires du Sud-Ouest européen.

Les membres du projet sont répartis sur trois territoires :

- Midi-Pyrénées, en France
- Aragon, en Espagne

- Région de Lisbonne, au Portugal¹

Un des enjeux du partenariat est d'analyser les différenciations territoriales afin de déceler « *les bonnes pratiques* », les points positifs de ces trois régions dans le domaine des TIC, et les freins des non-utilisateurs.

Parmi six axes de travail étudiés par l'ensemble des partenaires, les observatoires se sont engagés à mettre en commun des indicateurs sur un thème précis : la pénétration d'Internet au sein des foyers.

Cet axe vise à s'interroger sur l'évolution des usages Internet des ménages, la connexion haut débit, etc.

En terme de méthodologie, des interrogations restent en suspend, notamment concernant la structure de l'échantillon, le panel : qu'entend-on par foyers ? Interroge t'on un foyer au complet ou un individu au sein d'un foyer ?

Ce dossier rassemble le travail qui a été réalisé sur les TIC dans les foyers par les trois observatoires régionaux. En première partie, nous découvrirons un panorama général sur l'utilisation d'Internet au niveau européen et national. La seconde partie concerne l'étude réalisée par le biais du partenariat eAtlasudoe, rassemblant des données chiffrées des trois territoires.

¹ La zone d'étude pour le cas portugais et dans le cadre du projet eAtlasudoe comprend cinq unités territoriales de rang NUTS III : Grande Lisbonne, Península de Setúbal, Lezíria do Tejo, Oeste et Médio Tejo. L'ensemble de ces unités territoriales définit la zone délimitée jusqu'à 2002 comme NUTS II de la Région de Lisbonne et la Vallée du Tage, classification néanmoins reformulée. Avec les altérations des articles 1^{er} et 3^{ème} du Décret-Loi numéro 46/89 du 15 février, la NUTS II Région de Lisbonne et Vallée du Tage a été éliminée et constituée la NUTS II de Lisbonne, avec les NUTS III Grande Lisbonne et Península de Setúbal. L'Oeste, Lezíria do Tejo et Medio Tejo en intégrant des nouvelles NUTS II, spécifiquement Centre et Alentejo.. Pour des raisons liées à cet changement et de disponibilité de l'information, les chiffres sur l'Internet aux foyers présentés dans cette étude se rapportent à la nouvelle région : Région de Lisbonne.

I. LES TIC DANS LES FOYERS : UN PANORAMA GENERAL...

1.1. Du côté de l'Europe

1.1.1. Les plans d'action eEurope

- *eEurope 2000 : une société de l'information pour tous*

En novembre 1999, la Commission européenne a lancé l'initiative « eEurope : une société de l'information pour tous », favorisant la diffusion des technologies de l'information et de la communication au plus grand nombre notamment en donnant un accès facile à Internet à la population, aux entreprises, aux administrations...

Un conseil européen s'est tenu en mars 2000 à Lisbonne, concernant l'avancée vers l'ère de l'économie numérique.

Les objectifs premiers étant :

- faire passer chaque citoyen, foyer, école, entreprise, administration à l'ère numérique et à la communication en ligne,
- créer une Europe qui maîtrise le numérique,
- renforcer la cohésion sociale, obtenir la confiance des consommateurs.

Pour réaliser ces objectifs, la Commission propose dix actions prioritaires :

- faire entrer la jeunesse européenne dans l'ère numérique,
- un accès moins cher à Internet,
- accélérer le commerce électronique (eBusiness),
- un accès Internet rapide pour les chercheurs et les étudiants (eLearning),
- un accès électronique pur grâce aux cartes à puce,
- un capital risque pour les PME de haute technologie,
- l'implication électronique des personnes handicapées,
- des soins de santé en ligne (eHealth),
- le numérique dans les transports,
- l'eAdministration (eGovernment).

➤ Pour plus de détails sur les plans d'action eEurope, consulter le site : <http://europa.eu.int>

Exemple sur l'eHealth :

En juin 2001, 60% des prestataires de l'UE de soins de santé primaires (de base) étaient raccordés à Internet, contre 48% en mai 2000. Au cours de la même période, la proportion des généralistes qui utilisent Internet pour communiquer avec leurs patients est passée de 12 à 34%.

• **eEurope 2002 : étendre la connectivité Internet**

Le plan d'action eEurope 2002 s'inscrit dans le cadre de la stratégie de Lisbonne ; il vise à faire de l'Union européenne, l'économie de la connaissance la plus dynamique et la plus compétitive du monde d'ici 2010, en étendant la connectivité Internet. L'accent est notamment mis sur les préoccupations politiques européennes.

Les objectifs principaux sont :

- un Internet moins cher, plus rapide et sûr (étendre la connectivité Internet),
- investir dans les hommes et les compétences ,
- stimuler l'utilisation de l'Internet.

Citons ici deux types de programme du plan d'action eEurope 2002 :

- eContenu : ce programme communautaire est destiné à soutenir et co-financer des projets transnationaux de diffusion numérique, fondés sur la diversité linguistique et culturelle. Il vise à stimuler l'emploi de l'Internet (accès aux produits et services),
- Go Digital : cette initiative a pour objectif d'aider les petites et moyennes entreprises à passer au numérique, et à renforcer le commerce électronique.

Exemple sur les ménages et l'eLearning :

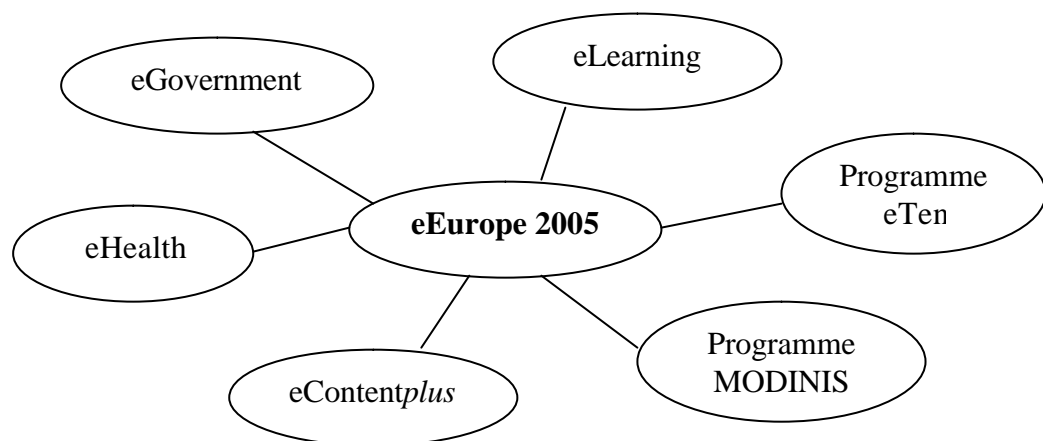
A la mi-2002, 40% des ménages de l'UE étaient raccordés à Internet, contre 18% en mars 2000. Grâce à cette progression, l'Europe rattrape doucement son retard. Toujours en 2002, 93% des écoles de l'UE avaient accès à Internet. 64% d'entre elles sont équipés de liaisons RNIS (réseau numérique à intégration de services) et 19% disposent d'un accès large bande par la technique ADSL.

- *eEurope 2005 : développer les usages*

L'objectif général du plan d'action eEurope 2005 est de stimuler le développement des services, d'applications et de contenus, en s'appuyant sur le déploiement d'un accès large bande sécurisé à Internet. Ce plan se concentre davantage sur l'utilisateur, en mettant l'accent sur l'accès à Internet, son utilisation et sa disponibilité.

On retrouve quelques grands thèmes impulsés et renforcés par la Commission Européenne.

Figure 1 : Les grands thèmes de l'eEurope 2005



eGovernment : fournir des services publics numérisés plus efficaces et de qualité

eLearning : améliorer la qualité et l'accessibilité des systèmes d'éducation et de formation par le biais des TIC

eContentplus : soutenir le développement de contenus multilingues

eHealth : rentrer la santé en ligne dans les habitudes (professionnels, patients, citoyens...)

eTen : soutenir l'interconnexion des réseaux transeuropéens

MODINIS : sensibiliser et diffuser les bonnes pratiques

- « 2010 : l'Europe élabore une stratégie numérique »

En juin 2005, on compte 40 millions de lignes à haut débit dans l'Union européenne, soit une augmentation de 70% par rapport à 2004.

45.000 lignes d'accès à Internet à haut débit sont installées chaque jour dans les foyers et les entreprises au sein de l'union européenne (des 25).

Avec l'augmentation des lignes d'accès à haut débit, la Commission a élaboré une stratégie quinquennale intitulée « 2010, une société de l'information pour la croissance et l'emploi », la société européenne de l'information 2010. Elle vise à stimuler l'économie numérique, en favorisant l'emploi, la croissance dans la société de l'information et le secteur des TIC.

En liaison avec la stratégie de Lisbonne, cette initiative sera financée par le 7^{ème} programme-cadre (7^e PC) et le programme compétitivité et innovation (PCI).

« 2010 » s'appuie sur 3 piliers :

- créer un cadre réglementaire ouvert, rassemblant tous les instruments réglementaires (communication numérique, visuelle et électronique), et axé sur le marché pour l'économie numérique,
- accroître les investissements communautaires dans la recherche sur les TIC,
- promouvoir une société de l'information européenne inclusive.

Par rapport au premier pilier, la Commission souhaite que 50% des foyers européens soient connectés à un réseau internet à bande large, avec si possible, un débit d'au moins 10 mégabits par seconde.

Le second pilier s'explique par le fait où les investissements dans les TIC en Europe sont beaucoup moins importants qu'aux Etats-Unis et au Japon.

Enfin le 3^{ème} pilier s'oriente vers une amélioration des services rendus aux citoyens et de la qualité de vie.

1.1.2. Quelques chiffres européens

- *L'utilisation d'Internet en Europe*

Tableau 1: Utilisation d'Internet par les individus en 2004 en pourcentage

	Total	Situation professionnelle				Niveau d'instruction		
		Étudiants	Salariés	Chômeurs	Retraités	Bas	Moyen	Élevé
UE25	47	85	60	40	13	25	52	77
Allemagne	61	94	74	57	23	51	61	76
Autriche	52	93	63	43	15	32	54	78
Belgique								
Chypre	32	81	35	49	7	13	30	61
Danemark	76	96	83	65	34	64	76	91
Espagne	40	90	52	37	6	16	61	77
Estonie	50	92	59	32	7	42	45	69
Finlande	70	97	82	62	20	54	71	89
France	46*							
Grèce	20	55	28	13	1	4	28	48
Hongrie	28	87	33	17	3	13	45	68
Irlande	34	57	42	17	11	16	38	59
Italie	31	74	42	29	6	13	51	71
Lettonie	33	79	41	10	2	19	29	64
Lituanie	29	87	33	8	1	27	21	38
Luxembourg	65	94	76	42	32	41	75	87
Malte								
Pays-Bas	69	90	82	76	54			
Pologne	29	81	36	17	6	28	23	67
Portugal	29	91	37	15	3	14	73	84
République Tchèque	32	81	39	14	3	24	28	74
Royaume-Uni	63	94	74	51	24	28	69	87
Slovaquie	46	83	53	24	6	22	52	76
Slovénie	37	86	48	19	4	16	36	84
Suède	82	96	86	86	45	70	79	94
+ 5 pays hors UE								
Bulgarie	16	58	19	6	1	7	14	37
Roumanie	12	51	19	8	1	1	10	50
Turquie	13	53	27	21	3	4	30	60
Islande	82	100	85		29	75	84	96
Norvège	75	99	85	63	33	43	74	91

Source : <http://europa.eu.int> (Cases vides = données non disponibles)

* La donnée « 46% » au niveau de la France provient du sondage réalisé par l'Institut Médiamétrie (fin 2004)

Pays rouge : pays relatifs au projet eAtlasudoe

Pays vert : pays où le taux d'utilisation d'Internet est le plus élevé (malgré une inégalité retrouvée auprès des retraités)

Pays en orange : pays où le taux d'utilisation d'Internet est le plus faible

Remarques :

D'après le tableau précédent, tiré du portail de l'Union européenne, on constate que le taux d'utilisateurs d'Internet varie selon la situation professionnelle et le niveau d'instruction.

- En 2004, 85% des étudiants européens ont utilisé Internet, contre 13% de retraités.
- Les Pays-Bas comptent plus de la moitié des retraités utilisant Internet (54%) ; les inégalités par « situation professionnelle » de ce pays sont donc les plus faibles.
- Le Portugal connaît la plus importante fracture numérique « *socioprofessionnelle* », que ce soit par rapport à la situation professionnelle ou au niveau d'instruction : le taux d'utilisation d'Internet est plus important parmi les personnes ayant un niveau d'instruction élevé (84%) que parmi celles moins instruites (14%). L'Espagne est quasiment dans le même cas.
- La France se situe dans la moyenne européenne avec environ 50 % d'internautes.

• *L'accès à Internet à domicile*

Le tableau ci-dessous présente l'évolution de l'accès à Internet à domicile en Europe de 2002 à 2005.

Tableau 2 : Pourcentage des ménages ayant un accès à Internet à domicile

PAYS	2002	2003	2004	2005
UE (25)			43	48
UE (15)	39	43	46	53
15 pays de l'UE				
Allemagne	46	54	60	62
Autriche	33	37	45	47
Belgique				50
Danemark	56	64	69	
Espagne		28	34	36
Finlande	44	47	51	54
France	23	31	34	37
Grèce	12	16	17	22
Irlande		36	40	
Italie	34	32	34	39
Luxembourg	40	45	59	77
Pays-Bas	58	61	65	78
Portugal	15	22	26	31
Royaume-Uni	50	55	56	60
Suède				73
+ 10 pays de l'UE (mai 2004)				
Chypre	24	29	53	
Estonie			31	39
Hongrie			14	22
Lettonie	3		15	42
Lituanie	4	6	12	16
Malte				
Pologne	11	14	26	30
République Tchèque		15	19	19
Slovaquie			23	23
Slovénie			47	48
+ 5 pays hors UE				
Bulgarie			10	
Roumanie			6	
Turquie			7	
Islande			81	84
Norvège		60	60	

Source : <http://epp.eurostat.ec.eu.int>

Remarques :

- La France, l'Espagne et le Portugal sont bien en dessous de la moyenne européenne concernant l'accès à Internet à domicile.
- La Lettonie enregistre la plus forte progression en 1 an (3 fois plus de 2004 à 2005) ; le Luxembourg enregistre la plus forte progression en 3 ans (2 fois plus de 2002 à 2005).

- *Le haut débit en Europe*

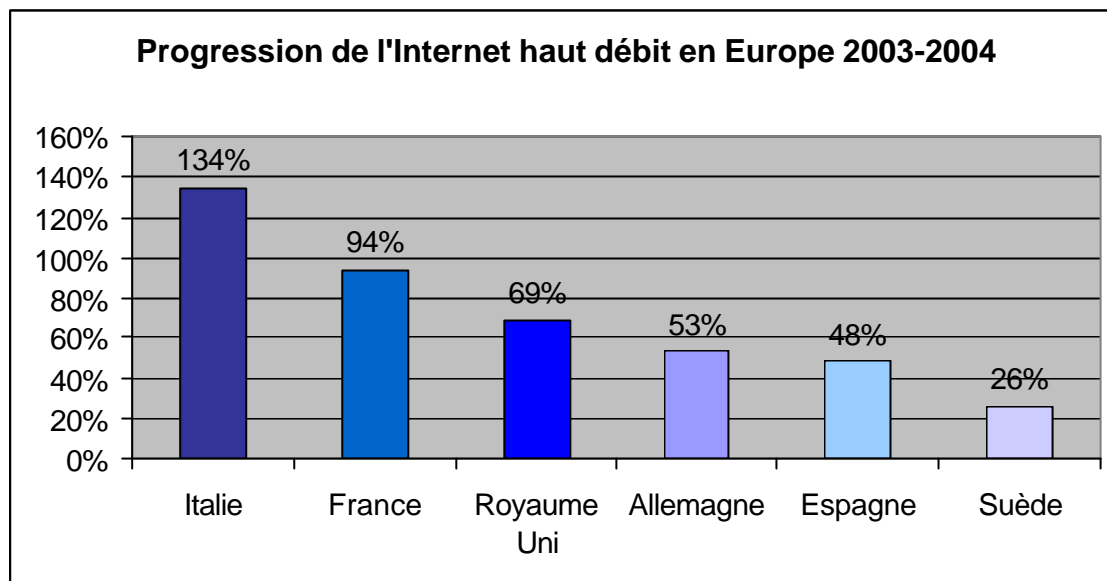
En 2004, l'accès à Internet haut débit des foyers européens a fortement augmenté, une situation qui s'est traduite par une explosion des abonnements. Le dégroupage (ouverture du réseau local à la concurrence, où les nouveaux opérateurs peuvent utiliser le réseau local historique pour desservir directement leurs abonnés) est un des facteurs de cette évolution, notamment en France.

Les Pays-Bas restent de loin le pays le mieux connecté d'Europe avec près de 45% des foyers reliés au haut débit, devant la Suisse et la Belgique. On retrouve ensuite les quatre pays nordiques (Danemark, Norvège, Finlande, Suède), et enfin la France avec 27% de foyers haut débit (mais avec un ratio coût/haut-débit parmi les moins cher d'Europe). Parmi les autres pays, le Royaume-Uni et l'Espagne se classent dans la moyenne Européenne avec 23 % de foyers connectés, devant l'Italie (20%) et l'Allemagne (17%).

↳ Source des chiffres : www.reseaux-telecoms.net

Le rapport prédit que plus de la moitié des foyers européens (soit environ 88,4 millions de foyers) seront abonnés au haut débit d'ici 2008.

Figure 2 : Taux de progression du haut débit en Europe



Source : Médiamétrie, mars 2005

La France est le pays qui a enregistré la deuxième plus forte croissance du taux d'équipement des foyers en haut débit en 2004, avec plus de 94% de croissance d'une année sur l'autre

En rattrapant son retard par rapport à l'Angleterre ou l'Allemagne, la France se place en 2005 au 3^{ème} rang du classement européen en matière de taux d'équipement haut débit.

On comprend que des pays tels que la Suède ou la Finlande connaissent des taux de croissance faibles en équipement haut débit, dans le sens où ils étaient déjà relativement bien équipés. Certains regroupements de population étant relativement isolés dans ces pays nordiques, l'Internet est devenu rapidement un moyen nécessaire de communication. La connaissance des langues étrangères et l'aménagement du territoire doivent être pris en compte. La majorité de la population se rassemble sur une petite partie du territoire (Suède : densité 19,7 hab/km²). L'équipement en haut débit a probablement été plus rapide et avec moins de complexité. Des pays tels que la France et l'Espagne connaissent des problématiques spécifiques (superficie du territoire, densité de la population rurale faible, nombre élevé de communes rurales, reliefs...etc.).

Tableau 3 : Europe : les connexions haut débit par types d'accès

(En milliers de lignes)

Pays	ADSL	Câble	Total	Evolution annuelle Fin 2004
France	6.293	461	6.754	96,5%
Royaume-Uni	4.147	1.953	6.1	91,6%
Norvège	562	120	682	91,6%
Italie	4.464	304	4.768	91,4%
Portugal	428	429	857	69,7%
Pays Bas	1.843	1.308	3.151	67,6%
Finlande	459	208	667	59,7%
Danemark	646	394	1.040	55,7%
Allemagne	6.7	164	6.864	50,3%
Suède	880	465	1.345	40,7%
Autriche	442	380	882	40%
Belgique	1.032	630	1.662	30%
Espagne	2.067	500	2.754	19%
Suisse	785	435	1.220	16,2%
Total	30.747	7.751	38.499	63,6%

Source : Point Topic, 31 décembre 2004

Remarques (du tableau précédent) :

- Pendant l'année 2004, la France est le pays qui s'est le plus équipé en haut débit, notamment avec le type de connexion ADSL
- Malgré une augmentation de seulement 19% de connexion haut débit en Espagne en 2004, il faut savoir que l'augmentation durant l'année 2003 était de 81%. Ce tableau est simplement le reflet de l'évolution dans chacun des pays. *Si l'indice d'évolution annuelle est faible, cela ne signifie pas que le territoire est peu connecté au haut débit.*

• *Le prix du haut débit*

Tableau 4 : Europe : prix mensuel du haut débit pour 1Mbits/s

(en euros au 01/10/2004)

Pays	Prix moyen
Estonie	22€
France	28€
Suède	33€
Belgique	35€
Royaume Uni	40€
Allemagne	42€
Italie	64€
Espagne	84€
Portugal	20€

Source : Ministère finlandais des Télécommunications

En octobre 2004, l'accès au haut débit reste relativement cher au Portugal ; il aurait diminué depuis. En France, le coût du haut débit a diminué en quelques années, pour arriver aux alentours de 28€ ; le dégroupage a eu un impact sur la réduction des coûts.

Tableau 5 : Les salaires minima en Europe

SMIC : Salaire Minimum Interprofessionnel de Croissance

Afin de mieux comprendre l'impact des prix du haut débit dans certains pays, voici quelques chiffres sur le salaire minimum de certains pays européens.

<http://newropeans-magazine.org>

Pays	SMIC en euros bruts par mois	Part des salariés à temps complet percevant le SMIC
Estonie	159€	
France	1 173€	14%
Suède	<i>Pas de salaire minimum</i>	
Belgique	1 186€	
Royaume Uni	1 083€	1,9%
Allemagne	<i>Pas de salaire minimum</i>	
Italie	<i>Pas de salaire minimum</i>	
Espagne	537€	0,8%
Portugal	365,6 €*	4%

Sources : Eurostat 2004

* Le SMIC portugais est de 403 € en 2007.

Le SMIC espagnol ne prend pas en compte les diverses conventions collectives, qui permettent aux salariés, en général, d'avoir un salaire plus élevé.

1.2. Du côté de l'Espagne

1.2.1. L'influence de la politique espagnole

En Espagne, les pouvoirs politiques ont développé des actions pour améliorer l'implantation de la Société de l'Information dans les foyers espagnols. Ces mesures peuvent se résumer dans les plans d'action suivants:

- Plan Haut Débit 2005
- « Plan Avanza » 2006-2010

Plan Haut Débit : le Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme en Espagne a présenté en 2005 ce plan, qui cherche à développer la connexion de l'Internet haut débit pour 2,5 millions de personnes, qui ne disposaient pas de ce service jusqu'à présent.

Ce plan d'action se concentre particulièrement dans les zones rurales et isolées. L'objectif du plan, qui inclura des aides sous la forme de subventions de 26,3 millions d'euros (et de 120 millions en crédits sans intérêt), est d'étendre le haut débit sur la totalité du territoire espagnol, avec des conditions techniques et économiques similaires à celles des zones urbaines, d'ici fin 2008. L'initiative est d'arriver à 3580 communes et 12 « autonomías » couvertes, dont 1056 d'entre elles n'ont pas d'accès haut débit et 2534 n'avaient qu'une disponibilité partielle (avec plus de 2,5 millions d'habitants).

Les subventions, avec un chiffre de 26,3 millions d'euros, seront liées exclusivement aux territoires autonomes : Asturias, Canarias, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Galicia y Murcia.

En marge des « Communautés Autonomes » qui recevront les subventions, le programme se centre aussi sur le développement du haut débit en Aragon, Baléares, Cantabre et La Rioja.

Le Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme a signalé que la concession d'aides aux opérateurs de télécommunications devra financer les investissements en infrastructures et les équipements qui permettront d'étendre la disponibilité du haut débit dans les zones rurales et isolées.

En plus des subventions, le Plan inclura aussi 120 millions d'euros de crédits sans intérêts, avec une période d'amortissement de 10 ans et 3 ans de carence.

La communauté autonome qui bénéficiera le plus du Plan est l'Andalousie, en comptant 565 517 personnes impactés par le dispositif pour 470 communes, qui manquent totalement ou partiellement de connexion haut débit, suivie par la Galice, avec 513 362 habitants pour 311 communes. A ces deux communautés autonomes suivent la Communauté Valencienne, avec 348 394 personnes pour 341 communes; Canaries, avec 260 150 habitants répartis en 87 communes, et Aragon, avec une population de 159 231 personnes pour 480 villages.

Les études faites pour l'élaboration du Plan relèvent de 8108 communes espagnoles, dont 5.681 communes avec plus de 3 millions de personnes qui ne peuvent pas accéder aux services haut débit.

« **Plan Avanza** » : en 2005, le Conseil des Ministres a approuvé le Plan Avanza 2006-2010 pour le développement de la Société de l'Information.

Elaboré par le Ministère de l'Industrie, le plan prévoit une série de mesures, divisées en cinq grands groupes d'activité :

- foyers et « citoyens » numériques
- compétitivité et innovation
- éducation
- services publics numériques
- contexte numérique (plus de haut débit, plus de sécurité dans le Réseau et développement des contenus numériques).

Son nom complet est « Plan 2006-2010 pour le Développement de la Société de l'Information et de la Convergence avec l'Europe et entre les Communautés Autonomes ».

Ce plan, selon les prévisions, entrera en vigueur le 1er janvier 2006, avec des sommes s'élevant à 785,6 millions d'euros. A cette somme, on ajoute les parties déjà accordées au développement de la Société de l'Information pour le Ministère de l'Industrie (412,1 millions d'euros) ; avec un total de 1197,7 millions d'euros. Sa concrétisation se réalisera à travers des conventions bilatérales de chacune des communautés autonomes, avec en finalité des objectifs globaux qui s'adapteront aux circonstances particulières de chaque Communauté Autonome.

Selon l'établissement des objectifs spécifiques pour chacune des communautés, on fixera la contribution du Ministère de l'Industrie. Les pourcentages de cofinancement entre le Ministère et les Communautés Autonomes oscilleront entre 40% et 60%.

1.2.2. Quelques chiffres nationaux espagnols

Même si le nombre d'internautes espagnols augmente régulièrement, le pays reste en retard par rapport aux autres pays européens en matière de développement de l'Internet.

• **Tableau 6 : La population internaute en Espagne en 2004**

Nombre d'utilisateurs	12 millions (30% de la population)
Répartition par lieux de connexion	
Domicile	62%
Travail	32%
Ecoles/Universités	13%
Autres (cybercafés...)	20%

Source : Estudio General de Medios, avril-mai 2004

On remarque que 2/3 des internautes sont connectés à domicile. Seulement un internaute sur trois serait connecté sur son lieu de travail.

• **Tableau 7 : La pratique de l'Internet à domicile**

Nombre d'internautes espagnols actifs à domicile	9 millions
Nombre de moyen de sites visités par mois (à domicile)	103
Temps passé par mois (à domicile)	9 heures

Source : Nielsen NetRating, 2^{ème} trimestre 2004

• **Tableau 8 : Pénétration du haut débit en Espagne**

<i>Haut Débit</i>	Septembre 2002	Septembre 2003	Septembre 2004
Nombre de lignes ADSL	750 000	1 420 00	2 158 000
Progression	-	90%	52%

Source : Comisión del Mercado de las telecomunicaciones, septembre 2004

1.2.3. Eclairage aragonais

- *Rappel des actions régionales*

OASI, Observatoire Aragonais pour la Société de l'Information, créé en 2004, est une initiative de la Direction Générale des Technologies pour la Société de l'Information du gouvernement d'Aragon. Son objectif est de servir d'instrument d'information et de formation dans le domaine des TIC. Des études sont menées pour suivre l'évolution des TIC au sein du territoire, et influencer l'aide à la décision. www.observatorioaragones.org.

- *Indice géographique de L'Aragon*

Superficie : 47 720 km²

Population : 1 270 000 habitants

Densité : 26 hab/km²

Nombre de communes : 730

↪ 95% du territoire est en zone rurale,

les 5% correspondent à la ville de Saragosse et à son aire métropolitaine.

- **Tableau 9 : Evolution des usagers d'Internet par zone**

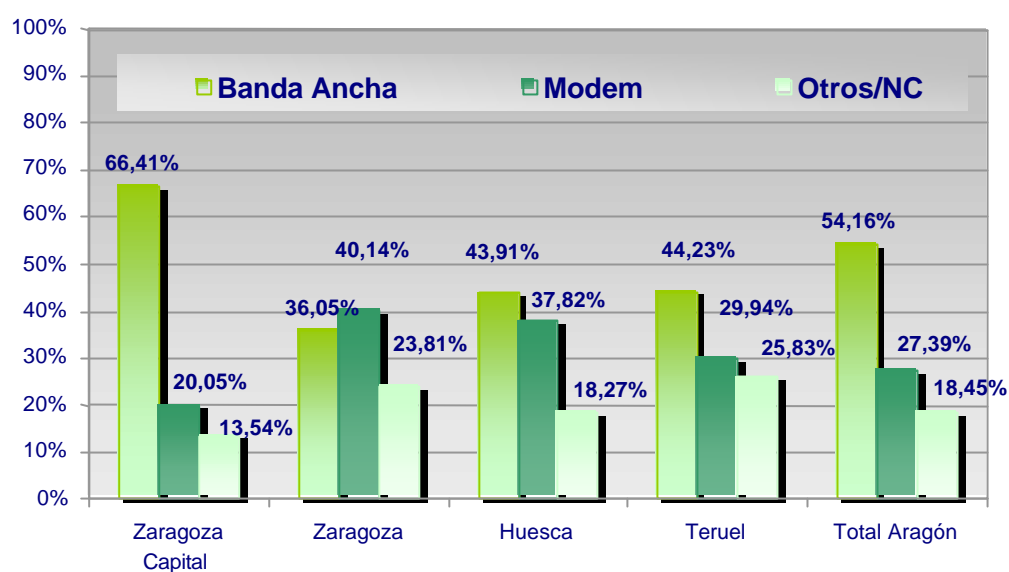
<i>Usagers d'Internet</i>	2004	2005
Saragosse Capital	59%	64%
Province de Saragosse	44%	44%
Huesca	58%	57%
Teruel	42%	54%

Source : Enquête OASI « Internet en Aragon » 2005

On remarque que la majorité des internautes est plutôt localisée à Saragosse, 64% en 2005. L'augmentation des internautes sur le secteur de Teruel reste conséquente.

D'après le tableau ci-dessus, on remarque que les villes qui ont connu une augmentation importante d'internautes, sont les villes de Saragosse et de Teruel.

• Figure 3 : Type d'accès à Internet en Aragon en 2005



Banda ancha : Haut débit

Otros : Autres

On remarque que le haut débit est majoritairement présent sur les zones urbaines de la région d'Aragon.

1.3. Du côté du Portugal

1.3.1. L'influence de la politique portugaise

En cohérence avec le plan d'action eEurope 2002, deux documents principaux viennent encadrer la politique menée sur la Société de l'Information au Portugal, notamment l'initiative Internet adoptée en 2000.

L'initiative Internet visait l'accroissement accéléré de l'utilisation d'Internet dans les principales sphères sociales, plus précisément dans les écoles, les familles, la société, l'administration publique et le POSI « *Programme Opérationnel pour la Société de l'Information* » (2000) ; elle représente le principal instrument financier et stratégique du développement de la Société de l'Information au Portugal, afin de combattre « l'exclusion à l'information », reformulé ultérieurement comme Programme Opérationnel de la Société de la Connaissance (POS_C) en 2004.

Parmi les divers objectifs spécifiques auxquels le POSI vise à répondre, on retrouve des domaines aussi divers que l'administration électronique, la formation aux TIC, la modernisation de l'État, la recherche et le développement...etc.

Deux d'entre eux se rapprochent du sujet que nous traitons, la généralisation et la « massification » de l'Internet au sein des foyers et de la population portugaise.

Dans ce contexte, le POSI vise à :

- promouvoir la généralisation de l'utilisation de l'Internet auprès de la population portugaise,
- créer des conditions pour l'offre massive de produits appropriés au marché afin de multiplier par quatre le nombre d'ordinateurs avec l'accès à l'Internet dans les foyers portugais.

La stratégie pour atteindre ces objectifs repose sur trois axes prioritaires fondamentaux. Parmi l'un d'eux, l'axe « *Portugal Digital* », la mesure 2.1, appelée « *Accessibilité* », vise à enlever les principaux obstacles en ce qui concerne la diffusion de l'Internet dans les familles et les foyers portugais, sur le domaine de :

- l'économique (coûts élevés d'équipement et des communications)
- la technique (disparité entre l'offre et les niveaux de compétence des utilisateurs)
- la motivation (faible diversité de contenus et de services susceptibles de motiver la globalité de la population pour son utilisation).

Le POS_C, lancé en 2004, vise à reformuler le POSI. La principale différence se centre sur l'articulation de trois axes prioritaires établis en 2000, en encadrant les typologies de projets approuvés, et dans l'exécution et l'inclusion de cinq nouveaux axes prioritaires intégrant les typologies de projets à approuver et à exécuter jusqu'à 2006. Il s'agit de typologies nouvelles, encadrées dans les lignes stratégiques de la « Reprogrammation » présentées comme Encadrement Stratégique.

« Développer l'accès à la Société de la Connaissance » est un des nouveaux axes introduits par le POS_C, en liaison direct avec la thématique du projet eAtlasudoe. C'est à partir de cet axe que l'on retrouve les préoccupations du Gouvernement portugais à diffuser la pénétration de l'ordinateur et de l'Internet au sein des foyers portugais, à rendre propice l'accès au haut débit sur l'ensemble du territoire national, et à promouvoir l'accès à l'Internet et aux TIC auprès de la population portugaise.

Ces actions politiques viennent, d'une part, établir une stratégie pour le Portugal en ce qui concerne leur inclusion dans la Société de l'Information et, d'autre part, à participer à l'avancée du plan d'action eEurope 2005 (massification de l'Internet dans la société de tous les pays de l'UE).

Au contraire, le Portugal, ainsi qu'une grande partie du sud de l'Union européenne et des autres pays périphériques, est encore aujourd'hui loin d'atteindre les niveaux désirés en terme de diffusion de l'Internet dans les foyers et au quotidien des citoyens. Le scénario est encore aggravé face à un ralentissement de la croissance.

1.3.2. Quelques chiffres nationaux portugais

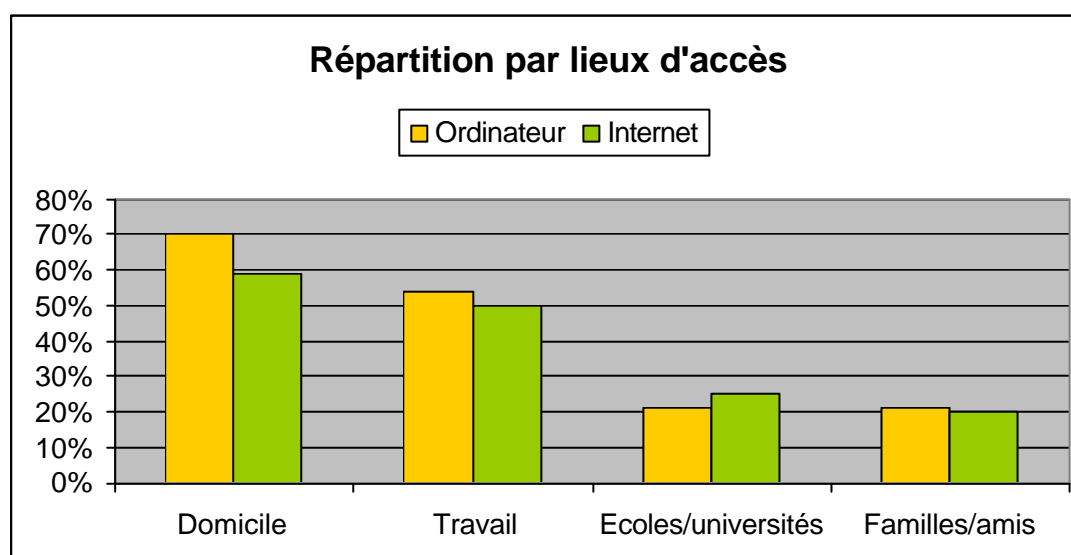
• **Tableau 10 : *Equipement des foyers portugais***

Foyers équipés en ordinateur	41%
Foyers équipés d'une connexion Internet	26%
Foyers équipés d'une connexion Haut débit	12%

Source : OSIC/UMIC, Enquête TIC 2004

Le Portugal reste en retard au niveau européen, et par rapport aux deux autres pays eAtlasudoe. Un foyer portugais sur quatre est connecté à Internet.

• **Figure 4 : Lieux d'accès aux TIC des internautes portugais en 2004**



Source : OSIC/UMIC, Enquête TIC 2004

Un peu moins de 2/3 des internautes sont connectés à domicile. Par rapport à l'Espagne, près d'un internaute sur deux est connecté sur son lieu de travail.

1.3.3. Eclairage sur la Région de Lisbonne²

NUTS II : échelle territoriale, voir Glossaire.

La CULT, Communauté Urbaine du Lezíria do Tejo (Vallée du Tage), contribue au développement local de la ancienne Région de Lisbonne et Vallée du Tage¹, en terme de compétitivité et de solidarité. Elle a un rôle de coordination et de dynamisation de son territoire en matière de développement des TIC. Elle travaille en relation directe avec les municipalités associées www.cult.pt. Dans le territoire de la nouvelle Région de Lisbonne² on trouve an outre association, AML (L'Aire Metropolitaine de Lisbonne, www.aml.pt) qui à le même rôle qui CULT dans le territoire de Lezíria do Tejo.

- *Indice géographique de la Région de Lisbonne et Vallée du Tage²*

Superficie : 11 736 km²

Population : 3 400 000 habitants

Densité : 57,7 hab/km²

Nombre de communes : 51 « concelhos » et 525 « freguesias »

Zone plutôt urbaine

- **Tableau 11 : Equipement des foyers du territoire NUTS II – Région de Lisbonne^{(2) (3)}**

Foyers équipés en ordinateur	50%
Foyers équipés d'une connexion Internet	33%

Source : OSIC/UMIC, Enquête TIC 2004

² La zone d'étude pour le cas portugais et dans le cadre du projet eAtlasudoe comprend cinq unités territoriales de rang NUTS III : Grande Lisbonne, Península de Setúbal, Lezíria do Tejo, Oeste et Médio Tejo. L'ensemble de ces unités territoriales définit la zone délimitée jusqu'à 2002 comme NUTS II de la Région de Lisbonne et la Vallée du Tage, classification néanmoins reformulée. Avec les altérations des articles 1^{er} et 3^{ème} du Décret-Loi numéro 46/89 du 15 février, la NUTS II Région de Lisbonne et Vallée du Tage a été éliminée et constituée la NUTS II de Lisbonne, avec les NUTS III Grande Lisbonne et Península de Setúbal. L'Oeste, Lezíria do Tejo et Medio Tejo en intégrant des nouvelles NUTS II, spécifiquement Centre et Alentejo.. Pour des raisons liées a cet change et de disponibilité de information, les chiffres sur l'Internet aux foyers présentés dans cet étude se rapport à la nouvelle région : Région de Lisbonne.

³ Information disponible seulement pour la Région de Lisbonne

1.4. Du côté de la France

1.4.1. L'influence de la politique française

- *Les actions gouvernementales*

- Le contexte est d'abord lié à une volonté politique affirmée dès 1997 avec le PAGSI, Programme d'Action Gouvernemental pour l'entrée de la France dans la Société de l'Information, lancé par Lionel Jospin.

- Il est poursuivi par Jean-Pierre Raffarin en 2002 dans le programme gouvernemental RESO 2007 (plan pour une REpublique numérique dans la SOciété de l'information). Il a pour but, entre autres, de démocratiser Internet et les usages, et de couvrir la totalité du territoire en haut débit en 2007.

- Il est maintenu avec le programme gouvernemental actuel ADELE, ADministration ELEctronique 2004/2007 annoncé en février 2004. Il concerne le développement de l'administration électronique en France www.adae.gouv.fr.

En liaison avec RESO 2007, le CISI, Comité Interministériel pour la Société de l'Information, s'oriente vers l'équipement des foyers. A cette occasion, il a été décidé de lancer en 2003 une campagne de communication gouvernementale pour inciter les familles françaises à s'équiper d'un ordinateur raccordé à internet. En partenariat avec l'AMF, Association des Maires de France, la création d'une « boîte mail pour tous » serait ouverte pour chaque couple avec la remise du livret de famille. Cette mesure incitative vise à initier de nouveaux publics à Internet. Elle permet aussi de sensibiliser un certain nombre de communes à l'utilisation de leur nom de domaine en **.fr**, qui leur a été réservé par l'AFNIC, Association Française assurant la gestion des Noms de domaine en **.fr**.

La DUI (Délégation aux Usages de l'Internet, rattaché au ministère de l'Education nationale, www.delegation.internet.gouv.fr) a été créée en 2003 pour harmoniser la mise en œuvre des mesures du CISI. Sa mission est de coordonner les actions gouvernementales touchant le grand public, et notamment de mettre en œuvre le plan RESO 2007.

Parmi les actions majeures de la DUI : l'opération « *un micro portable étudiant* » ou encore « *mon portable pour le prix d'un café par jour* ». Ces campagnes permettent aux étudiants à faibles revenus de travailler avec un ordinateur, financé par un prêt bancaire à taux réduit et d'accéder plus facilement à Internet.

Aujourd'hui, les personnes âgées sont la nouvelle cible des actions de la DUI. Les seniors sont rarement internautes. Il semblerait que leurs réticences soient davantage liées à la peur de ne pas savoir utiliser les nouvelles technologies, qu'à un manque de moyens, financier ou autres. La DUI propose des pistes qui visent à proposer aux seniors du matériel, l'accès au net, une formation et un accompagnement au domicile par des entreprises de service, dont le coût pour l'utilisateur pourra être repris par un crédit d'impôt (jusqu'à 50 %).

Une opération baptisée « Devenir internaute » devrait être lancée, afin de proposer aux français des formations dispensées dans des espaces publics, ou à domicile. Cette mesure créerait entre 5000 et 20 000 emplois d'ici 2010, et s'articulerait avec le plan Borloo (un emploi de service à domicile permet une déduction fiscale de 50% des sommes engagées).

La CDC, Caisse des Dépôts et Consignations, joue également un rôle important dans l'aménagement numérique du territoire ; elle a un rôle de conseiller et d'investisseur dans les infrastructures et est à l'origine du programme *Cyber-base* pour un maillage du territoire national en lieux d'accès public :

www.caissedesdepots.fr . www.cyber-base.org

.

On trouve aussi la DATAR, créée en 1963, devenue la DIACT en décembre 2005 (Délégation interministérielle à l'Aménagement et à la Compétitivité des Territoires, www.diact.gouv.fr). Les orientations de la DIACT visent le développement territorial, *avec une volonté de promouvoir l'attractivité du territoire national tout en poursuivant une politique de solidarité envers les zones fragiles ou excentrées*.

L'action publique est favorisée par les décisions de l'autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) et par une large mise à disposition des informations utiles aux acteurs nationaux et locaux. Tel est également le rôle de l'observatoire régional des télécommunications et du volet TIC du site www.territoires.gouv.fr

.

- *Agir contre les zones blanches : aider les collectivités locales*

Face aux inégalités territoriales du haut débit, l'intervention publique s'impose car les acteurs privés commencent par équiper les zones géographiques les plus rentables. Les habitants des zones blanches n'ont pas accès au haut débit. Le prix de la connexion varie d'un territoire à un autre, notamment entre les zones urbaines et rurales.

En zone urbaine, il convient par exemple de favoriser l'accès des opérateurs aux réseaux de fibre optique pour leur permettre de satisfaire au meilleur prix les besoins des entreprises. Dans les zones rurales, il est important d'encourager la couverture rapide des zones blanches en matière de téléphonie mobile et de haut débit.

Les collectivités ont un rôle central dans le développement du haut débit, notamment depuis la modification du code général des collectivités territoriales par la loi pour la confiance dans l'économie numérique de 2004 (LCEN). L'article 1425-1 permet aux collectivités d'être opérateurs de télécoms, elles peuvent exploiter les réseaux de télécommunications et proposer Internet à leurs administrés. La CDC cofinance l'étude et l'ingénierie ces projets.

Enfin l'effort du gouvernement se porte sur les technologies alternatives, qui permettent d'accélérer la couverture du territoire en haut débit et de faire émerger des usages et services dans les zones exclues des plans de déploiement des opérateurs de télécommunications.

Les différentes technologies alternatives sont :

- Technologies hertziennes : il peut s'agir d'un couplage satellite+Wi-Fi, où le coût des infrastructures est plutôt faible. La DUL a mené plusieurs opérations et expérimentations Wi-Fi, notamment au sein d'hôpitaux et d'universités. Le Wi-Max semble plus prometteur.
- Satellite : le CNES, Centre National d'Etudes Spatiales, étudie la faisabilité technique et le coût d'un projet de développement satellitaire. Le projet vise le développement compétitif de nouveaux services multimédias en zones rurales.

- Courant Porteur en Ligne : Les CPL pourraient permettre de transmettre des données à haut débit et de téléphoner par le biais du réseau de distribution électrique basse tension (au sein d'un même bâtiment).

Définitions supplémentaires :

- ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) : connexion Internet haut débit via une ligne téléphonique, nécessitant sur une zone couverte (zones denses et peulées)
- WI-FI (Wireless Fidelity – Fidélité sans fil) : réseau local de type Ethernet à accès sans fil qui permet d'obtenir des débits pouvant atteindre 54 mégabits par seconde.
- WiMax : Technologie sans fil de transmission à haut débit à large portée (50 kilomètres)

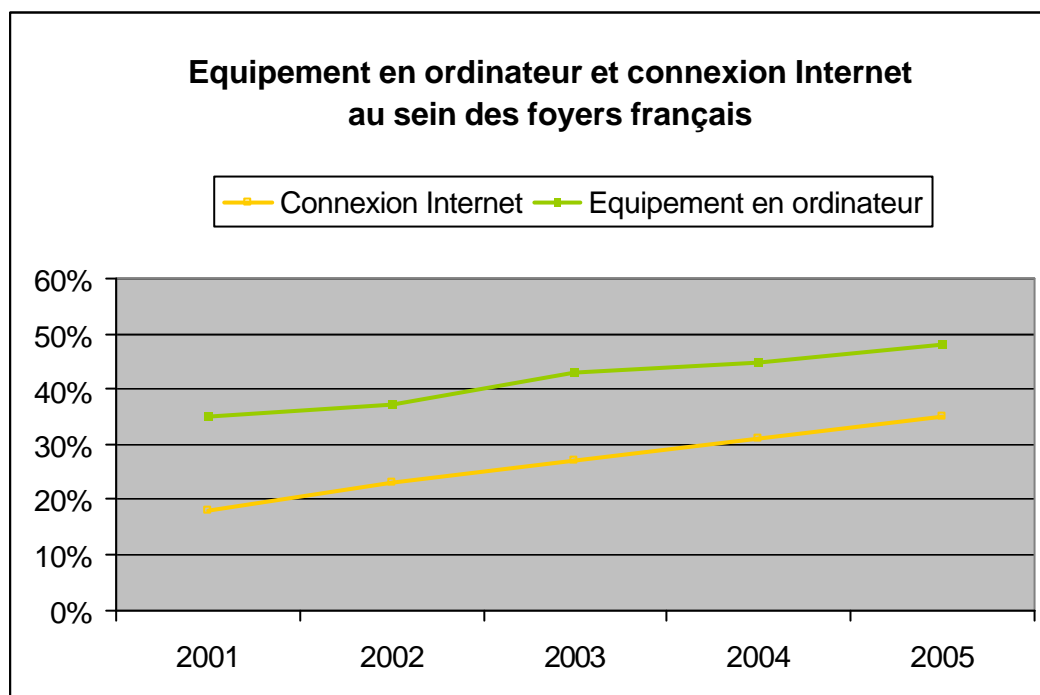
Afin de mieux sensibiliser les collectivités locales, un portail recense les contenus haut débit produits par les acteurs publics : www.hautdebit.gouv.fr .

Voir aussi l'ORTEL, Observatoire Régional des Télécommunications en France : www.ortel.fr

1.4.2. Quelques chiffres nationaux français

Au dernier trimestre 2004, on recense près de 24 millions d'internautes en France : en trois ans, la part de français internautes est passée de 31% à 46%.

- **Figure 5 : Equipement des foyers français**



Source : médiamétrie

D'après le schéma ci-dessus, on remarque qu'en 2002, environ 36% des foyers français sont équipés d'un ordinateur, contre 48% en 2005.

Concernant la connexion à Internet, 22% des foyers français possèdent un accès à Internet en 2002 ; ce chiffre atteint 35% en 2005.

L'évolution de ces deux indicateurs reste croissante et régulière.

Plus de $\frac{3}{4}$ des 13-24 ans ont un ordinateur à domicile. On peut noter que les jeunes sont à la fois précurseurs et prescripteurs.

Fin 2004, près de un français sur deux est internaute. On remarque que l'internaute qui dispose du haut débit en France, consulte beaucoup plus souvent Internet que celui qui a une connexion bas débit.

- *Temps passé sur le net*

D'après une étude menée par l'EIAA (*European Interactive Advertising Association*), les français seraient les européens qui passent le plus de temps sur le Net, avec une moyenne de 13 heures par semaine, suivi du Royaume-Uni et de l'Espagne avec 11 heures par semaine. La moyenne européenne est de 10 heures. En France, en 2002, 12% des internautes français effectuaient des achats sur Internet, contre 39% en 2005.

- **Tableau 12 : La connexion haut débit**

Internautes connectés au haut débit à domicile	Septembre 2004	Septembre 2005	Evolution
Nombre	9 663 000	14 220 000	47%
Taux d'internautes connectés au haut débit	60% des internautes à domicile	77% des internautes à domicile	

Source : Médiamétrie

En 2004, plus de $\frac{3}{4}$ des internautes français à domicile (77%) sont connectés en haut débit, soit près de 9 millions de plus qu'il y a 2 ans : 5 236 000 en septembre 2003 pour 14 220 000 en septembre 2005.

L'année 2005 est marquée par une réelle avancée dans l'appropriation du haut débit au sein des foyers, que ce soit en terme d'équipements ou d'usages. Les chiffres révélateurs d'inégalités et d'isolement persistent, c'est le cas de la disparité géographique principalement entre milieux denses et territoires isolés. La lenteur de la résorption de ces écarts peut avoir de lourdes conséquences à long terme et handicaper fortement certains territoires, surtout ruraux.

- *Trois types de fractures numériques*

Une enquête CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) a été sollicitée par le premier ministre fin 2002, à l'occasion de la présentation du plan gouvernemental RESO 2007. L'objectif était de comprendre les raisons du retard français en matière d'équipement en micro-ordinateurs. Cette étude a décelée trois types de fractures :

- une **fracture sociale** : plus le revenu d'un ménage est élevé, plus le taux d'équipement de ce foyer aura tendance à croître.
- une **fracture générationnelle** : elle touche particulièrement la population de plus de 65 ans, où le taux d'équipement en ordinateur à domicile est très faible.
- une **fracture géographique** : les zones urbaines sont plus équipées en ordinateur que les zones rurales.

Une autre enquête de l'INSEE, en mars 2005 (INSEE Première n°1011), confirme ce constat : le taux d'équipement d'ordinateur dépend de différents critères tels que l'âge, le revenu et le niveau d'étude des individus. Ainsi, les diplômés de l'enseignement supérieur sont quatre fois plus équipés que les « non diplômés ». Ce sont les personnes âgées et les moins qualifiés qui sont les moins connectés à Internet.

1.4.3. Eclairage midi-pyrénéen

- *Rappel des actions régionales*

La Région Midi-Pyrénées (Conseil régional) a tenu à se doter d'un programme d'action autour des TIC en 2002, appelée le PARSI: Programme d'Actions Régionales pour la Société de l'Information. Plusieurs de ses axes d'actions visent à atteindre « une société de l'Information équitable ».

Structure partenariale, l'ARDESI, Agence Régionale pour le développement de la Société de l'Information, contribue à la réalisation des missions du PARSI en tant qu'observatoire des usages des TIC, notamment en animant et en accompagnant les collectivités territoriales en terme d'appropriation des nouvelles technologies.

- *Indice géographique du Midi-Pyrénées*

Superficie : 45 000 km²

Population : 2 550 000 habitants

Densité : 56 hab/km²

Nombre de communes : 3020 communes, 192 intercommunalités

↪ 96% du territoire est en zone rurale (communes de moins de 2500 habitants)

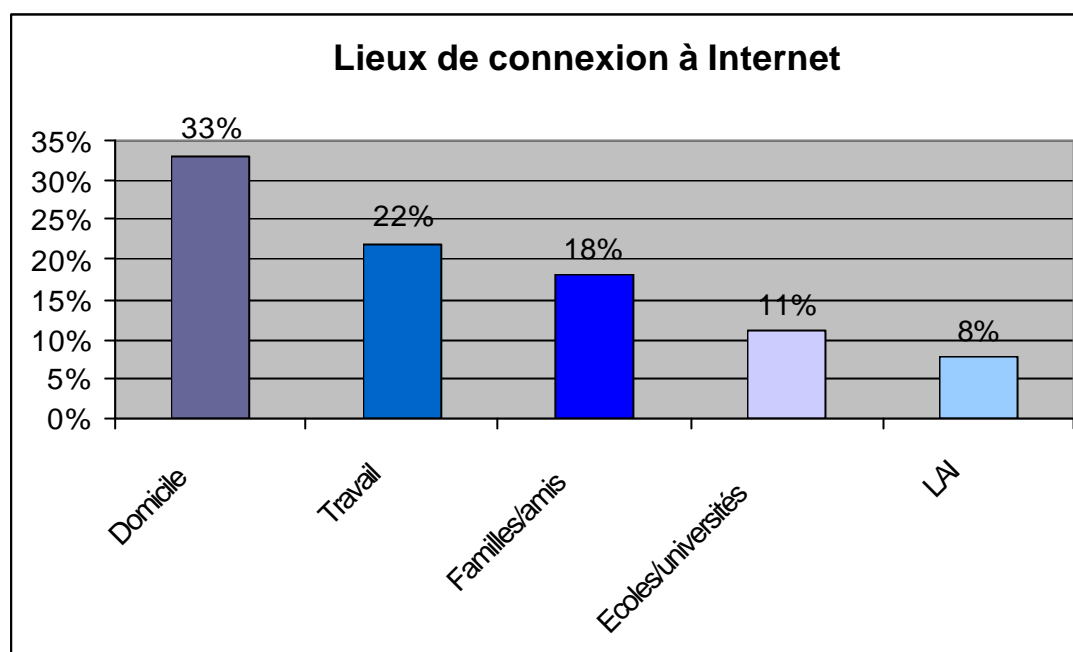
• Tableau 13 : Connexion à Internet et haut débit en Midi-Pyrénées

<i>Départements (NUTS III)</i>	<i>Connexion à Internet</i>		<i>Haut débit</i>	
	2002	2004	2002	2004
Ariège	23,1%	25,6%	4%	11,3%
Aveyron	24,3%	20,7%	1,5%	3,8%
Haute-Garonne	42,8%	46,2%	9%	23,8%
Gers	30,5%	27,2%	1%	6,7%
Lot	22,4%	31,8%	2,5%	8,8%
Hautes-Pyrénées	25,9%	36%	3,5%	16,1%
Tarn	26%	29,5%	3%	16,2%
Tarn-et-Garonne	31,3%	30,3%	5,5%	11,9%
MIDI-PYRENEES	33%	36%	5,4%	16,4%

D'après le tableau ci-dessus, on remarque que le haut débit a plus que triplé en 2 ans en Midi-Pyrénées. Le département des Hautes-Pyrénées semble avoir connu la meilleure progression en terme de connexion à Internet, et spécifiquement en haut débit.

La Région Midi-Pyrénées a menée une expérimentation de haut-débit dans le monde rural (Zones blanches) en Wi-Fi de 1 an en 2005 sur les communes de Caylus, Marciac, Saint Salvy de la Balme.

• **Figure 6 : Lieux de connexion à Internet des internautes midi-pyrénéens**



Source : Diagnostic 2005 ARDESI

LAI : Lieux d'Accès à Internet

Ces chiffres rassemblent les internautes et non internautes (d'où des résultats moins élevés par rapport aux autres territoires). Si on ne prend en compte que les internautes, les chiffres se rapprochent de ceux de l'Espagne et du Portugal.

La plupart des internautes se connectent depuis leur domicile.

II. ...QU'EN EST-IL DANS LE CADRE DU PROJET EATLASUDOE ?

2.1. L'axe « Pénétration d'Internet dans les foyers » dans le cadre du projet eAtlasudoe

2.1.1. Choix de l'axe de travail « Pénétration d'Internet dans les foyers »

Soucieux de travailler en parfaite collaboration avec l'ensemble des 6 partenaires du projet, l'équipe a mis en place des séminaires méthodologiques. Parmi les différents thèmes abordés lors de ces journées, un des premiers objectifs était de choisir des axes d'études en commun. Le choix des axes était motivé, par chacun des partenaires, pour différentes raisons :

- axe déjà étudié par un des membres, avec une volonté de comparer les 3 territoires,
- axe déjà étudié, avec une volonté d'approfondir ce thème et de s'interroger sur de nouvelles recherches dans le domaine,
- axe non étudié par un des partenaires, volonté d'étudier ce nouveau domaine, notamment grâce à l'expérience des autres partenaires.

Pour les universitaires et les observatoires, le thème des TIC dans les foyers est au cœur des priorités de la Société de l'Information. Cet axe est en lien direct avec l'un des objectifs de l'initiative eEurope portée par la Commission.

En ce sens, les institutions tentent d'inciter les populations à s'approprier les nouvelles technologies et l'Internet, notamment en développant le haut débit, en réduisant les coûts d'accès à Internet, en favorisant la mise à disposition de lieux d'accès publics à Internet, etc.

La connexion à Internet au sein des foyers, un lieu à favoriser : en plus d'avoir accès à Internet par le biais de son lieu de travail ou de tout autre type de lieu, l'individu peut naviguer librement de son foyer, à titre privé, pour tout type de recherche.

Pour permettre à nos institutions de prendre les décisions propices au développement, à la cohésion ainsi qu'à l'intégration de la Société de l'Information dans tous les secteurs d'activités, il convient de mettre à leur disposition des indicateurs pour évaluer la situation actuelle. C'est la raison pour laquelle eAtlasudoe a retenu dans son programme l'axe « Pénétration d'Internet dans les foyers ».

Les observatoires OASI et ARDESI ont déjà mené une étude sur la pénétration des TIC dans les foyers, la CULT n'a pas produit ce type d'investigation sur l'échelle régionale. Cela a permis de faire un état des lieux sur les deux régions et de comprendre l'intérêt de comparer les données.

2.1.2. Intérêts et résultats attendus d'une telle démarche

Aujourd'hui, cette démarche nous permet de :

- disposer de données fiables sur l'équipement, les usages et les comportements du grand public en matière de TIC,
- comparer trois territoires afin de définir les bonnes pratiques, les besoins et les attentes de la population,
- observer l'évolution des TIC au sein des foyers en reconduisant ce même type d'enquête sur les prochaines années.

Ces données territoriales aident les élus à discerner et à comprendre les différents types de disparités sociales et territoriales. Cela peut influencer le choix des actions prioritaires à envisager et/ou engager.

Ce type de projet a pour vocation de se positionner sur au moins deux notions :

- interrégionale,
- internationale.

Fournir des comparaisons territoriales sur trois régions de pays différents peut apporter des interrogations nouvelles et diverses. C'est notamment en observant la dynamique d'un autre territoire, que les élus peuvent s'interroger sur l'évolution de leur propre territoire. Avec l'évolution des usages des TIC et des moyens de communication, l'ouverture aux autres pays devient maintenant une nécessité.

2.2. La méthodologie d'observation

2.2.1. Comparaison des différentes grilles d'analyse déjà existantes

OASI et ARDESI ayant déjà conduit ce type d'investigation, l'intérêt était de comparer les deux questionnaires (grilles) existants, qui sont utilisés pour interroger les foyers. La comparaison entre les deux grilles s'est effectuée en partant de la grille OASI, en repérant les indicateurs similaires avec la grille ARDESI.

Le tableau ci-dessous synthétise les différences entre les deux grilles.

Tableau 14 : Comparaison des grilles ARDESI et OASI

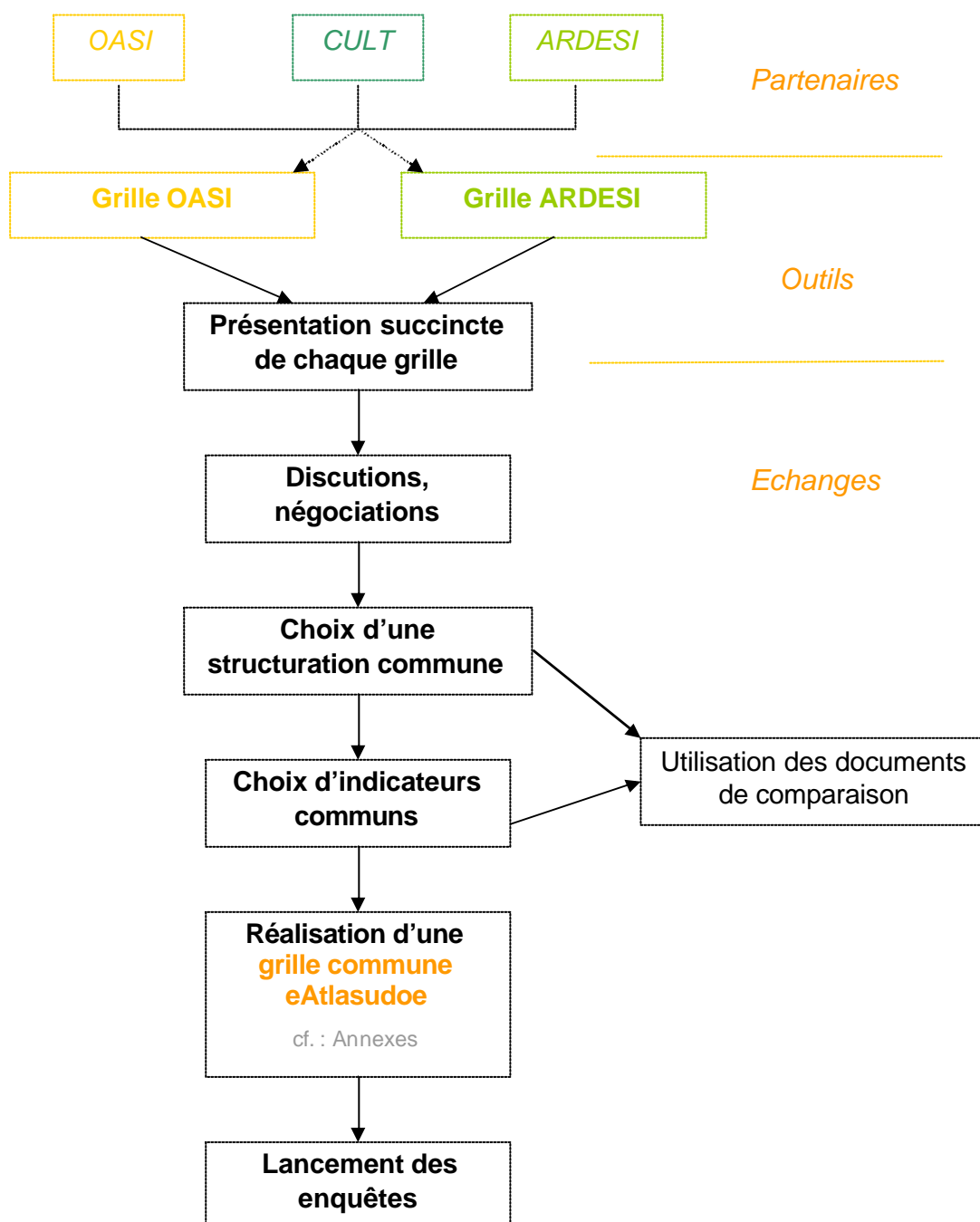
Comparaison « Enquête Foyers »	OASI	ARDESI
<i>Nombre d'indicateurs</i>	60	82
<i>Indicateurs communs</i>	10 indicateurs communs (regroupant un ou plusieurs indicateurs)	
<i>Indicateurs différents</i>	62% des indicateurs d'OASI ne sont pas communs à ceux d'ARDESI (commerce électronique...)	
<i>Différence thématique</i>	Thèmes centrés sur Internet et le commerce électronique	Thèmes centrés sur l'équipement général (téléphone, multimédia) et la position des enfants et les collégiens
<i>Différence structurelle (parties du questionnaire)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ordinateurs et accès à Internet 2. Usages d'Internet : <ul style="list-style-type: none"> - non utilisateurs - utilisateurs 3. Commerce électronique 4. Profil de l'interviewé 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profil de l'interviewé 2. Equipement 3. Téléphonie mobile 4. Ordinateur 5. Connexion Internet depuis le domicile 6. Les usages d'Internet 7. Espace public numérique

2.2.2. Mise en place d'un questionnaire commun

Une rencontre a eu lieu les 3 et 4 mai 2005 à Huesca entre les trois observatoires, afin de produire un questionnaire commun eAtlasudoe. Le choix des indicateurs est issu des grilles déjà existantes et des éléments de comparaisons produits en amont.

Le schéma ci-dessous résume la démarche utilisée.

Figure 7 : Réalisation d'un questionnaire commun



Le questionnaire commun ou la grille commune se compose de 38 questions (Annexes), regroupées en sous-parties :

- Données initiales (identification, localité...)
- Données sur le foyer (nombre d'ordinateur, accès à Internet...)
- Données sur les enfants (avez-vous des enfants, utilisent-ils Internet...)
- Données sur l'interviewé (âge, sexe...)
- Possibilité d'accès à Internet (de n'importe quel lieu...)
- Freins d'accès à Internet des non utilisateurs
- Accès à Internet (équipement, fréquence selon les lieux d'accès, LAI...)
- Perceptions (votre point de vue sur Internet...)
- Utilisation d'Internet (pour communiquer, recherches, loisirs, administration publique, problèmes rencontrés...)
- Commerce électronique (fréquence, quel type de produit, votre point de vue sur l'e-commerce)
- Profil de l'interviewé (profession, niveau d'étude, salaire...)

2.2.3. Trois méthodologies pour trois enquêtes de terrain

• *En Aragon*

Le sondage a été réalisé en juillet 2005 par OASI, avec la méthode CATI : « Computer Assisted Telephone Interview » ou « Interviews téléphoniques assistés par ordinateur ». 2615 personnes ont été interrogées sur la région d'Aragon, à partir d'un échantillon représentatif de la population totale.

• *En Midi-Pyrénées*

Les résultats sont tirés du sondage réalisé en octobre 2004 par ARDESI et la société de télémarketing (sondages téléphoniques) Téléperformance, avec aussi la méthode CATI. L'échantillon est représentatif de la population totale régionale (Midi-Pyrénéens âgés de 15 ans et plus, répartis en fonction du poids respectif des huit départements de Midi-Pyrénées, selon des critères d'âge, de sexe, de catégorie socioprofessionnelle, de taille de commune de résidence au niveau de chacun des départements (rural et urbain), de zone d'habitation, etc.) : avec 2086 personnes interrogées.

- *Au Portugal*

L'étude n'a pas pu être réalisée au niveau régional (sur le territoire de la Région de Lisbonne). Quelques chiffres ont néanmoins pu être recensés. Ils sont tirés de deux enquêtes réalisées en 2004 au niveau national (avec quelques focus régionaux), par les structures OSIC/UMIC/INE (UMIC : Agence pour la Société de la connaissance ; INE : Institut national de statistiques au Portugal).

Les deux études sont :

- une étude par entretien téléphonique auprès de 6026 foyers,
- une étude interrogeant près de 3000 personnes dans la rue, âgées de 15 à 64 ans.

2.2.4. Recueil des données

Ce type d'enquête demande un fort investissement de la part des observatoires. Chaque partenaire a été contraint de reprendre les données des études réalisées les années précédentes. En ce sens, le nombre d'indicateurs comparables entre les trois territoires est limité.

Nous pouvions présenter davantage de résultats en se focalisant sur un des trois territoires. Nous avons fait le choix de nous centrer essentiellement sur ces données comparables. Les indicateurs de la grille commune ont donc été partiellement traités.

Le questionnaire reste un travail réalisé en équipe. Chaque partenaire a fourni un effort pour prendre en compte les différences culturelles et territoriales de ses pays voisins. La grille sert d'outil méthodologique qu'il est intéressant de réutiliser les années à venir, notamment en l'enrichissant à nouveau.

2.3. Résultats et grandes tendances : analyse qualitative

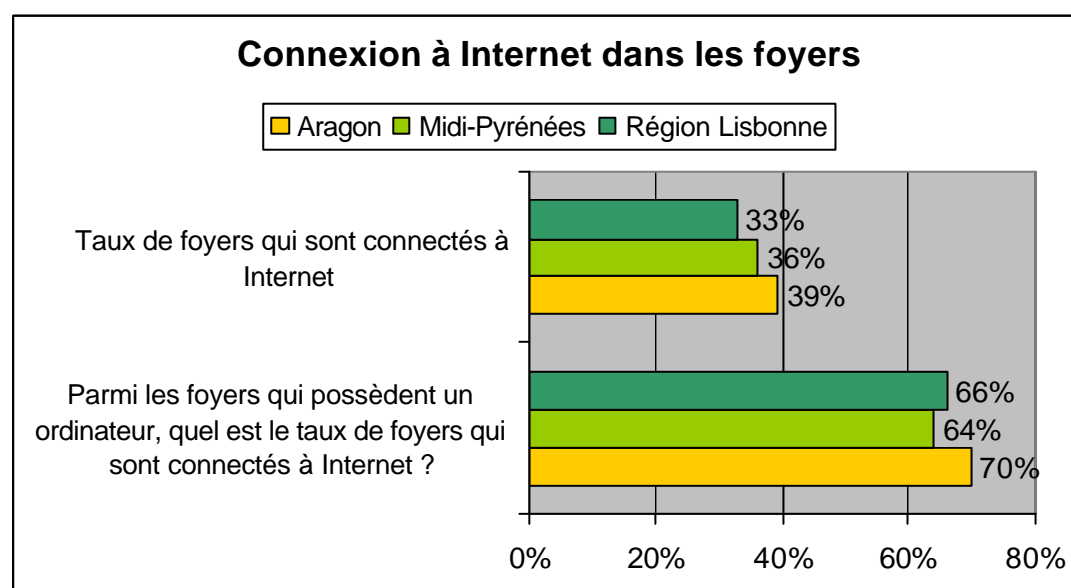
2.3.1. Le taux d'équipement et la connexion à Internet

• Tableau 15 : *L'équipement des foyers*

Equipement	Aragon	Midi-Pyrénées	Région Lisbonne
Taux de foyers qui possèdent au moins un ordinateur	51%	53%	50%

↳ En matière d'équipement d'ordinateur, on remarque que les trois régions européennes se retrouvent autour des mêmes chiffres. Plus de la moitié des foyers possède au moins un ordinateur.

• Figure 8 : La connexion à Internet des foyers



↳ Sur chacune des trois régions, plus d'un tiers des ménages bénéficie d'une connexion à Internet.

↳ Même si les Midi-Pyrénéens possèdent un peu plus d'ordinateurs, ils sont légèrement moins connectés à Internet que les Aragonais.

↳ On remarque que 30% des Aragonais, 36% des Midi-Pyrénéens et 34% des habitants de la région de Lisbonne qui possèdent un ordinateur, ne sont pas connectés à Internet.

Et pourquoi ne le sont-ils pas ?

La question se pose de connaître les motivations de ce choix : problème financier, manque d'intérêt, mauvaise qualité des installations, pas d'accès au haut débit... ? Les interrogations restent entières.

• Tableau 16 : *Connexion haut débit*

Taux de foyers connectés au haut débit	Parmi la totalité des foyers interrogés	Parmi les connectés à Internet à domicile
Aragon	21%	54%
Midi-Pyrénées	16%	44%
Portugal* (pays)	12%	

* Données non répertoriées au niveau régional

Environ 43% des foyers connectés, aragonais ou midi-pyrénéens, bénéficie de l'ADSL. Le pourcentage restant correspond à une connexion par câble (soit 1% en Midi-Pyrénées et 11% en Aragon)

Environ 54% des foyers connectés en Aragon, bénéficient du haut débit, contre 45% des foyers connectés midi-pyrénéens. Les données n'étant pas disponibles sur le territoire de la Région de Lisbonne, on constate simplement que 12% des foyers portugais sont connectés au haut débit.

En Midi-Pyrénées, 2,5% des foyers disposent d'une offre groupée Internet (téléphonie et/ou télévision).

2.3.2. L'utilisation d'Internet et les réticences

• Tableau 17 : *L'utilisation d'Internet*

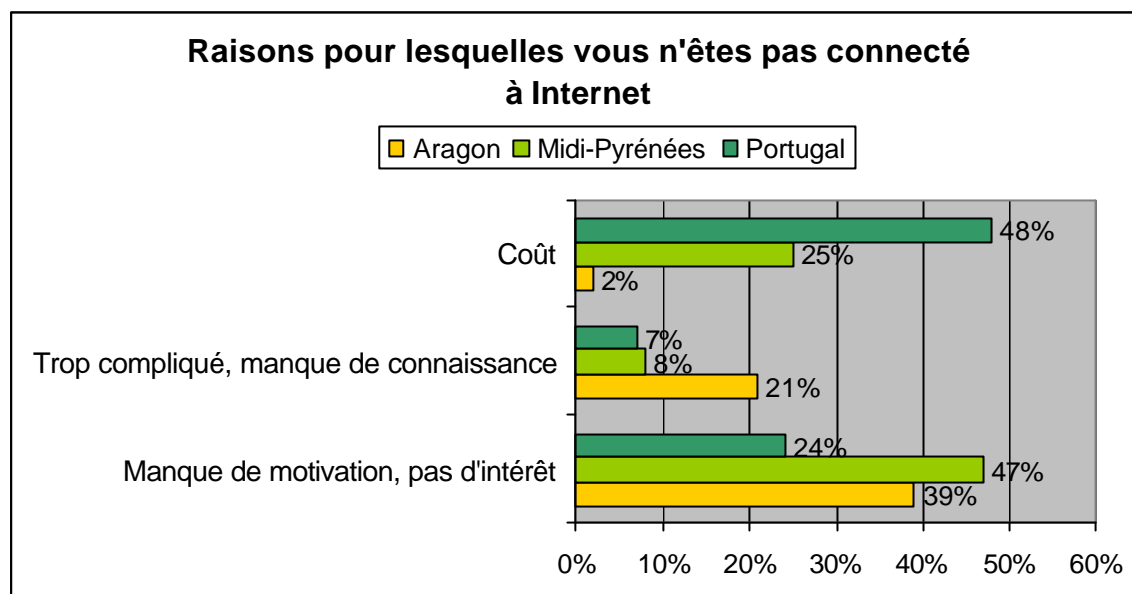
Utilisation	Aragon	Midi-Pyrénées	Région Lisbonne
Taux de personnes ayant déjà utilisé Internet (tout lieu confondu)	58%	48%	39%

↳ Les Aragonais sont plus nombreux à utiliser Internet que la région française ou portugaise.

On peut se demander si les caractéristiques géographiques ont une incidence, Midi-Pyrénées ayant par exemple 75% de communes de moins de 500 habitants.

Lorsque l'on s'intéresse aux **enfants** de 11 à 14 ans au sein des foyers connectés, on constate que la majorité utilise Internet, avec 87% des enfants en Midi-Pyrénées contre 84,7% des enfants en Aragon.

• **Figure 9 : Les réticences face à Internet**



↳ La population des trois territoires qui ne se connectent pas à Internet, se justifie en général, par un manque de motivation ou d'intérêt.

- 39% de « non-utilisateurs » en Aragon
- 47% de « non-utilisateurs » en Midi-Pyrénées
- 24 % de « non-utilisateurs » portugais

↳ On remarque aussi quelques différences de réponses sur les trois territoires, éventuellement liées aux influences socioculturelles :

- les portugais et les Midi-Pyrénéens se soucient plus du coût (avec 48% et 25%) que les espagnols (2%),
- les Aragonais estiment que l'outil est « trop compliqué » à 21%.

Rappel :

Tableau 18 : Prix moyen du haut débit pour 1Mbit/s en 2004, par rapport au SMIC

Pays	Prix moyen du haut débit	SMIC bruts/mois	% de salariés au SMIC
France	28€	1 173€	14%
Espagne	84€	537€	0,8%
Portugal	200€	366€	4%

Sources : Ministère finlandais des Télécommunications + Eurostat 2004

A partir de ce tableau, nous comprenons qu'au Portugal, l'impact du coût du haut débit a des conséquences sur le choix des ménages, à être connecté ou non à Internet.

Le dégroupage en France semble avoir un effet positif pour la population, avec une réduction du prix du haut débit.

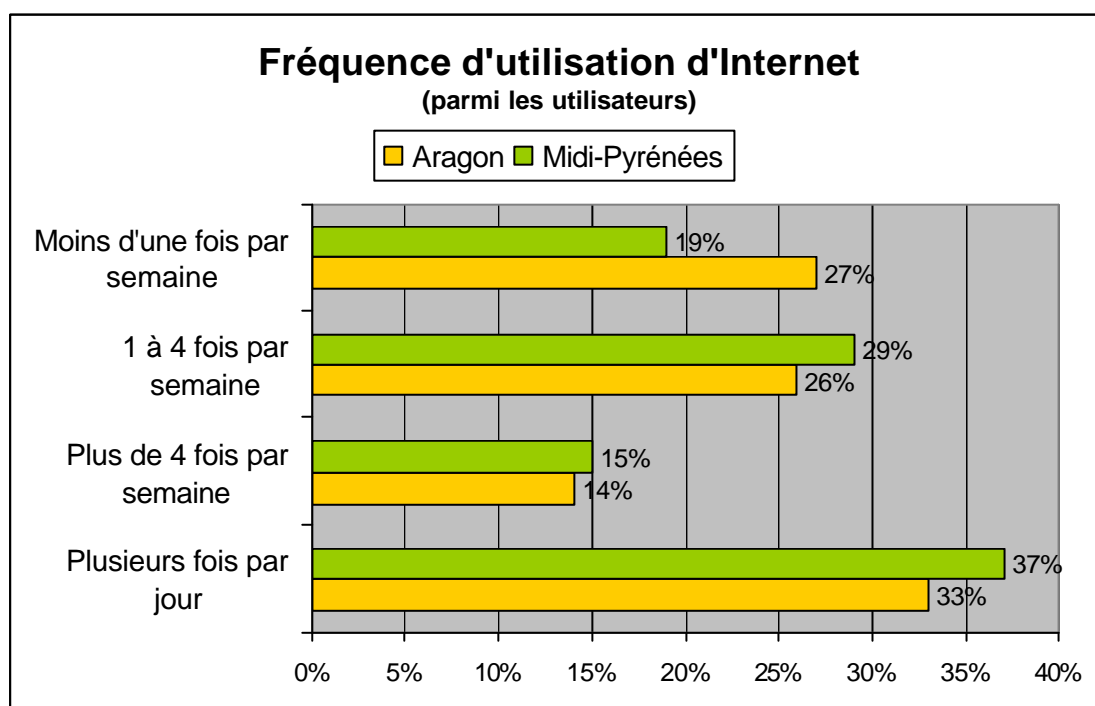
A partir des résultats précédents, on peut s'interroger sur les différentes manières d'inciter les ménages à se doter des TIC. Les politiques publiques s'interrogent en amont sur les besoins spécifiques des citoyens de leur territoire. Ils peuvent ensuite diriger leurs actions de différentes façons, comme :

- rendre le coût du haut débit accessible aux ménages
- communiquer sur la simplicité à utiliser ces outils
- communiquer sur les multiples avantages du Net (économiques, temporels...)

« Communiquer » n'a pas la même valeur ajoutée qu'« informer », on parle ici d'interaction entre les acteurs publics et les citoyens.

2.3.3. L'utilisation d'Internet : fréquence et fréquentation des LAI

- **Figure 10 : La fréquence d'utilisation d'Internet** (Tout lieu confondu)



↳ D'après le graphique ci-dessus, on peut dire que les Midi-Pyrénéens utilisent un peu plus souvent Internet.

↳ Parmi les personnes qui se connectent plusieurs fois par jour, il aurait été intéressant de savoir « depuis quel lieu » (foyers, lieu de travail...)

• **Tableau 19 : Lieux d'Accès à Internet (LAI)**

(Echantillon total)

LAI	Aragon	Midi-Pyrénées
Fréquentation des LAI	3,3%	7,7%

Définition d'un LAI par territoire :

Aragon : LAI : « cybercentres » et cybercafés, bibliothèques, mairies...

Midi-Pyrénées : LAI : bibliothèques, médiathèques, mairies, ANPE, autres administrations, cybercafés, associations (MJC, PIJ...)

↳ Les Lieux d'Accès à Internet sont en majorité concentrés dans les territoires à forte densité de population.

↳ Le taux de fréquentation des LAI est de 3,3% en Aragon, contre 7,7% en Midi-Pyrénées.

On peut noter qu'en France, une politique d'accompagnement est mise en place. Ces espaces tentent de répondre au mieux aux missions d'utilité publique et aux enjeux de la Société de l'Information. Un label appelé « Cyber-base » est décerné aux lieux d'accès à Internet répondant à des critères précis. Ces espaces accueillent le public, proposent des initiations, animent des ateliers et accompagnent individuellement les intéressés. La personne est encadrée par une équipe d'animateurs multimédia, qui est formée en amont pour ce type de service www.cyber-base.org.

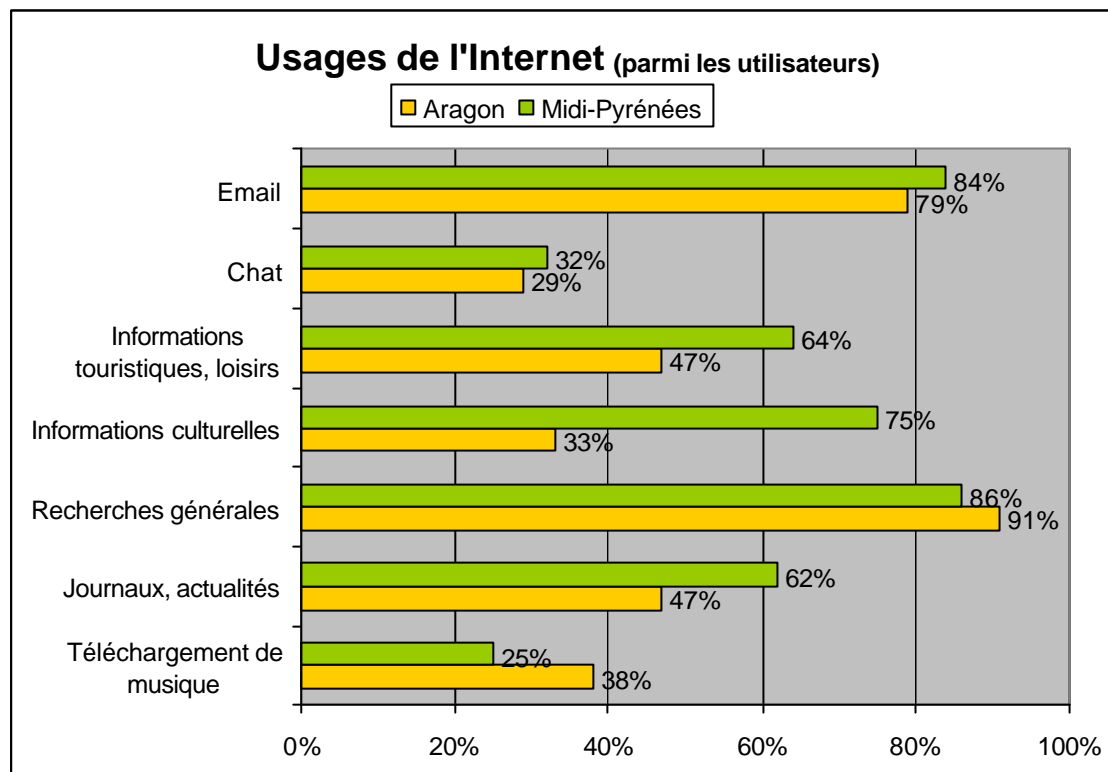
Ce label est développé par le Conseil Régional Midi-Pyrénées et la CDC. L'appel à projet « Cyber-base Midi-Pyrénées » a permis de soutenir des collectivités locales et des associations, et créer 28 Cyber-bases répartis dans la région, de 2002 à 2004 www.midipyrenees.fr.

En Midi-Pyrénées, pour quelles raisons fréquentez-vous les LAI ?

- Unique moyen d'accès à Internet : 32%
- Ambiance générale : 19%
- Matériel de qualité : 13%
- Accompagnement : 11%
- Autres : 27%

2.3.4. Les différents types d'usages

• Figure 11 : Les usages de l'Internet (Tout lieu confondu)



En Aragon, les internautes possèdent une adresse électronique au niveau :

- personnel : 57%
- professionnel : 6%
- les deux : 16%

↳ La majorité des utilisateurs possèdent une adresse mail.

Les usagers pratiquent régulièrement des recherches générales.

On remarque que les Midi-Pyrénéens s'intéressent davantage aux informations culturelles, touristiques et à l'actualité, face aux Aragonais, plutôt adeptes du téléchargement de musiques.

Parmi les utilisateurs d'Internet aragonais, 27% d'entre eux utilisent le **commerce électronique**.

Concernant les opérations bancaires, 25% des internautes aragonais ont déjà utilisé le web, contre 40% des internautes midi-pyrénéens.



Perspectives

A partir de ces recherches, nous remarquons que les trois régions, Aragon en Espagne, Midi-Pyrénées en France et Lisboa e Vale do Tejo du Portugal, connaissent des résultats assez proches en terme de « Pénétration d'Internet dans les foyers ». Ils sont en dessous de la moyenne européenne, mais les chiffres restent en croissance régulière.

Grâce à ce type d'étude, nous pouvons déceler quelques « bonnes pratiques » qui influenceraient les ménages à se connecter à Internet, comme :

- l'incitation à l'utilisation des TIC (communication sur les différents usages et avantages du net, influence politique avec l'eAdministration, etc)
- la baisse du coût du haut débit (le dégroupage en France semble avoir eu des effets positifs sur le coût de la connexion)

Dans le cadre du projet eAtlasudoe, les échanges entre les différents membres du partenariat ont été extrêmement salutaires pour chacun d'entre nous. Ils nous ont permis de :

- partager nos différentes expériences,
- nous remettre en question sur nos méthodologies d'observation,
- comprendre nos différences sociales et culturelles,
- et donc de faire évoluer nos façons de travailler et d'appréhender le sujet.

Pour les prochaines années, il semble intéressant de comparer à nouveau ces données. Ces différents résultats territoriaux risquent d'évoluer, notamment sur un aspect sociétal : changement de mentalités et de comportements face à cet outil ; et technique : débit de plus en plus performant.

Ce type d'étude peut permettre aux politiques publiques et aux collectivités locales d'avoir un panorama global sur l'évolution des TIC, et de prendre des décisions propices au bon développement de cette nouvelle société, dite Société de l'Information.

GLOSSAIRE

ADELE : ADministration ELEctronique

ARDESI : Agence Régionale pour le développement de la Société de l'Information

AFNIC : Association Française pour le Nommage Internet en Coopération

AMF : Association des Maires de France

CATI : Computer Assisted Telephone Interview (Interviews téléphoniques assistés par ordinateur)

CULT : Communauté Urbaine du Lezíria do Tejo

DATAR : Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale

DATAR devenue la DIACT : Délégation interministérielle à l'Aménagement et à la Compétitivité des Territoires

DUI : Délégation aux Usages de l'Internet

CISI : Comité Interministériel pour la Société de l'Information

EIAA : European Interactive Advertising Association

OASI : Observatoire Aragonais pour la Société de l'Information

PAGSI : Programme d'Actions Gouvernementales pour la Société de l'Information

PARSI : Programme d'Actions Régionales pour la Société de l'Information

RESO 2007 : REpublique numérique dans la SOciété de l'information

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication

Tableau 20 : « NUTS » : Echelle territoriale européenne

Pays	NUTS I	NUTS II	NUTS III
Espagne	Agrupación de comunidades autónomas	Comunidades y ciudades autónomas	Provincias + Ceuta u Melilla
France	Z.E.A.T.* + DOM	Régions + DOM	Départements + DOM
Portugal	Continente	Comissão de coordenação regional + Regioes autonomas	Grupos de Concelhos

*Z.E.A.T. : Découpage INSEE du territoire français
(Zone d'emploi et d'aménagement du territoire)

TABLE DES FIGURES

Tableau 1: Utilisation d'Internet par les individus en 2004 en pourcentage	11
Tableau 2 : Pourcentage des ménages ayant un accès à Internet à domicile	13
Tableau 3 : Europe : les connexions haut débit par types d'accès	16
Tableau 4 : Europe : prix mensuel du haut débit pour 1Mbits/s.....	17
Tableau 5 : Les salaires minima en Europe	17
Tableau 6 : La population internautes en Espagne en 2004	21
Tableau 7 : La pratique de l'Internet à domicile	21
Tableau 8 : Pénétration du haut débit en Espagne	21
Tableau 9 : Evolution des usagers d'Internet par zone.....	22
Tableau 10 : Equipement des foyers portugais	26
Tableau 11 : Equipement des foyers du territoire NUTS II	27
Tableau 12 : La connexion haut débit.....	33
Tableau 13 : Connexion à Internet et haut débit en Midi-Pyrénées.....	36
Tableau 14 : Comparaison des grilles ARDESI et OASI.....	40
Tableau 15 : L'équipement des foyers	44
Tableau 16 : Connexion haut débit.....	45
Tableau 17 : L'utilisation d'Internet.....	46
Tableau 19 : Lieux d'Accès à Internet (LAI)	49
Tableau 20 : « NUTS » : Echelle territoriale européenne	53
Figure 1 : Les grands thèmes de l'eEurope 2005	9
Figure 2 : Taux de progression du haut débit en Europe.....	15
Figure 3 : Type d'accès à Internet en Aragon en 2005	23
Figure 4 : Lieux d'accès aux TIC des internautes portugais en 2004	26
Figure 5 : Equipement des foyers français	32
Figure 6 : Lieux de connexion à Internet des internautes midi-pyrénéens	37
Figure 7 : Réalisation d'un questionnaire commun	41
Figure 8 : La connexion à Internet des foyers	44
Figure 9 : Les réticences face à Internet	47
Figure 10 : La fréquence d'utilisation d'Internet.....	48
Figure 11 : Les usages de l'Internet	50

SOURCES

Bibliographie

ARDESI/Teleperformance : *Les TIC dans les foyers midi-pyrénéens* (sondage).

Octobre 2004

ARDESI : Diagnostic : *Les TIC en Midi-Pyrénées : tendances et usages.*

Juin 2005

OASI : *Internet en Aragon, Estudio sobre hogares-2005.*

Juillet 2005

FLUL/CULT : OSIC/UMIC/INE : *Enquête sur l'utilisation de technologies de l'information et de la communication, 2004 – Familles – Population portugaise.*

Webographie

<http://atelier.fr>

<http://europa.eu.int>

<http://epp.eurostat.cec.eu.int>

<http://newropeans-magazine.org>

www.observatorioaragones.org

<http://www.01net.com>

<http://www.acteurspublics.com>

<http://www.adae.gouv.fr>

<http://www.aménagement-numérique.net>

<http://www.ardesi.fr>

<http://www.caissedesdepots.fr>

<http://www.cyber-base.org>

<http://www.delegation.internet.gouv.fr>

<http://www.diact.gouv.fr>

<http://www.hautdebit.gouv.fr>

<http://www.journaldunet.com>

<http://www.mediametrie.fr>

<http://www.midipyrenees.fr>

<http://www.reseaux-telecoms.net>

<http://www.territoires.gouv.fr>



Contact

ARDESI

Christine GENNARO, Chargée de mission

Lydie THOMASSIN, Assistante Gestion de
projet

9, place Alfonse Jourdain

Téléphone : 05 67 77 76 76

Télécopie : 05 67 77 76 77

E-mail : contact@ardesi.fr

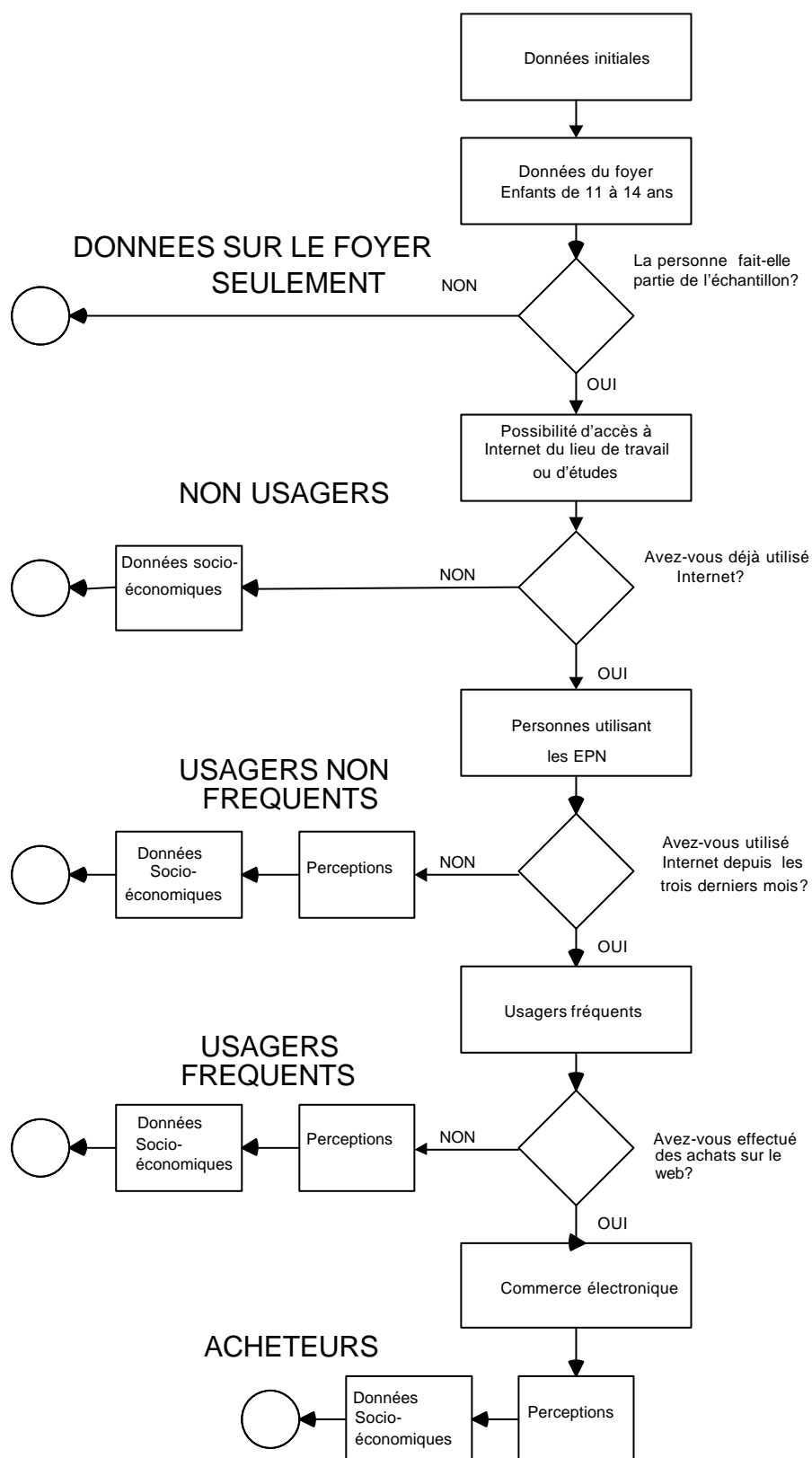
ANNEXES

↳ Questionnaire eAtlasudoe « Pénétration d'Internet dans les foyers », réalisé par les membres des observatoires régionaux en mai 2005.

Schématisation du questionnaire eAtlasudoe

« Pénétration d'Internet dans les foyers »

• Réalisé par OASI



Questionnaire eAtlasudoe: Pénétration d'Internet dans les foyers

1. Données initiales :

Numéro de téléphone :

Enquêteur :

(Liste déroulante)

1.1.- Zone : ☐ 09 Ariège ☐ 12 Aveyron ☐ 32 Gers ☐ 31 Haute-Garonne

☐ 65 Hautes-Pyrénées ☐ 46 Lot ☐ 81 Tarn ☐ 82 Tarn et Garonne

1.2.-Localité :

(Liste déroulante par commune)

Bonjour. Nous effectuons une recherche sur les nouvelles technologies en Midi-Pyrénées. Vous-même ou une autre personne vivant au sein du foyer, avez-vous quelques minutes pour répondre à des questions ?

-----**OUI** : *continue* - **NON** : *terminer* : Merci et bonne journée

(si NON, abandonner et ne garder aucun registre)

2.- Données du foyer :

2.1.- Combien d'ordinateurs avez-vous à votre domicile ? :

(Mettre 0 s'il n'y a pas d'ordinateurs) **NS/NC**

(si 0 sauter au paragraphe suivant)

2.2.- Avez-vous accès à Internet depuis votre domicile ?, Si OUI, quel est le type de connexion?

Pas d'accès ☐ Cable ☐ Modem ☐

Ligne électrique (PLC) ☐ Satellite ☐ WIMAX ☐

ADSL ☐ RDSI ☐ **NS/NC**

2.3.- Disposez-vous dans le foyer d'un réseau sans fil (WI-FI) ?

Oui ☐ Non ☐

3.- Enfants entre 11 et 14 ans :

3.1.- Y a-t-il au sein du foyer des enfants entre 11 et 14 ans ?

Oui ☐ Non ☐

(si NON sauter au paragraphe suivant (4.))

3.2.- S'il y a des enfants de 11 et 14 ans, ont-ils déjà utilisé Internet, dans le foyer, à l'école ou ailleurs ?

3.3.- A quelle fréquence d'utilisation ?

- Plusieurs fois par jour ☐
- Plus de 4 fois par semaine ☐
- De 1 à 4 fois par semaine ☐
- Plus d'une fois par semaine ☐
- Jamais ou pratiquement jamais ☐
- NS/NC ☐

Personnes (unique)

4.- Données de la personne :

4.1.- Sexe : Homme ☐ Femme ☐

4.2.- Age :

Vérifier si la personne est entre les tronçons non complétés.

-----**OUI** : *continue* - **NON** : Par nécessité, avec l'étude que nous effectuons, nous avons besoin de parler avec un.... (première proposition).

-----**OUI** : *continue* - **NON** : D'accord, je peux encore lui faire une dernière proposition, y a t-il quelqu'un qui est (seconde proposition) ?

-----**OUI** : *continue* - **NON** : Bien, dans ce cas nous ne pouvons pas poursuivre l'enquête, nous vous remercions pour votre amabilité. Au revoir/bonne après-midi/bonne soirée.

Pourrais-je parler à cette personne ?

Bonjour/bonsoir. Mon nom est (nom de l'enquêteur). J'effectue une étude sur les nouvelles technologies en Midi-Pyrénées. Avez-vous quelques minutes pour répondre à des questions ?

-----**OUI** : *continue* 3- **NON** : Merci quand même. Au revoir/bonsoir

Si NON, arrêter

.....

5.- Possibilité d'accès à Internet :

5.1.- Même si vous l'avez utilisé ou non, avez-vous la possibilité d'accéder à Internet :

(lire toutes les questions)

Depuis votre lieu de travail ? Si ☐ Non ☐ NS/NC ☐ Il ne travaille pas ☐
:

Depuis votre lieu d'études ? : Si ☐ Non ☐ NS/NC ☐ Pas étudiant ☐

NS/NC : Ne sait pas, de comprend pas

5.2.- Avez-vous déjà utilisé Internet de n'importe quel lieu ? (Filtre)

SI

Non

Si OUI, aller à « utilisateurs »

SI NON, aller à « non utilisateurs »

6. Freins d'accès à Internet

6.1.- Pouvez-vous dire les raisons pour lesquelles vous n'utilisez pas Internet ?

(Laisser parler la personne, proposer les thèmes, dire les propositions)

Barrières d'accès		Barrières associées à l'accessibilité	
Vous n'avez pas d'ordinateur	<input type="checkbox"/>	Vous avez une certaine incapacité à accéder	<input type="checkbox"/>
Vous n'avez pas accès au réseau	<input type="checkbox"/>	Barrières de connaissance	
Barrières de motivation/perception		Vous ne savez pas utiliser l'ordinateur	<input type="checkbox"/>
Vous n'en voyez pas l'utilité/ il n'y prête pas attention/ cela ne l'attire pas	<input type="checkbox"/>	Vous ne savez pas naviguer	<input type="checkbox"/>
Vous n'en avez pas besoin	<input type="checkbox"/>	Barrières associées à des perceptions de difficulté d'utilisation	
Vous n'avez pas le temps	<input type="checkbox"/>	Vous avez la sensation que les pages ou le système sont difficiles à utiliser ou compliquées	<input type="checkbox"/>
C'est impersonnel/ on est toujours seul	<input type="checkbox"/>	Il n'y a personne qui vous explique/qui vous aide au niveau de la navigation	<input type="checkbox"/>
Barrières de coût		AUTRES RAISONS	<input type="checkbox"/>
C'est très cher	<input type="checkbox"/>	NS/NC	<input type="checkbox"/>

[Aller à « Données socio-économiques »](#)

7. Accès à Internet

7.1.- À travers quel type d'équipement accédez-vous à Internet ? (*Obliger de répondre à chaque ligne*)

	Si	Non	Il n'a pas
Ordinateur fixe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordinateur portable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Téléphone mobile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agenda électronique (PDA et semblables)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Télévision numérique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7.2.- De quels lieux accédez-vous à Internet ou vous avez accédé au moins une fois ?
(*Choix multiple*)

et 7.3.- De quel lieu accédez-vous le plus fréquemment ?

	Au moins une fois	Plus fréquent
De votre lieu de domicile	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
De votre lieu de travail	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Sur votre lieu d'études (Université, Institut, Collège, Académies)	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Cybercentres : Lieux publics, Mairies, Collectivités, Bibliothèques Publiques (lieux d'accès public où le service est gratuit)	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Cybercafés, Cabines téléphoniques (lieux d'accès public où le service est payant)	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
De votre maison familiale ou de chez des amis	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>

7.4.- Si vous allez dans des lieux d'accès public, quelles en sont les raisons?

- La qualité du matériel et/ou de la connexion ☐
- Vous recevez un appui et/ou une formation ☐
- L'atmosphère générale (convivialité, accueil...) ☐
- C'est le seul lieu que vous ayez qui ait un accès à Internet ☐
- Autres ☐
- NS/NC ☐

7.5.- Quelle est votre fréquence d'utilisation d'Internet ?

- Plusieurs fois par jour ☐
- Plus de 4 fois par semaine ☐
- 1 à 4 fois par semaine ☐
- Moins d'une fois par semaine ☐
- Jamais ou pratiquement jamais ☐
- NS/NC ☐

7.8.-Avez-vous utilisé Internet depuis les 3 derniers mois ? (Filtre)

Si ☐ **Non** ☐

Si OUI aller à paragraphe utilisateurs

Si NON, aller au paragraphe suivant

8. Perceptions

8.1.- Évaluez de 1 à 7 les affirmations suivantes: (On pose des questions sur trois aspects des TIC : intention, attitude et facilité d'utilisation etc.).

1. Mon avis général sur Internet est positif ☐
2. Utiliser Internet pour effectuer mes tâches quotidiennes serait une bonne idée ☐
3. Utiliser Internet me paraît être une idée intelligente. ☐
4. Utiliser Internet est simple pour moi ☐
5. Les pages web sont faciles à utiliser pour moi. ☐
6. Apprendre à utiliser le web pour la première fois est facile pour moi ☐
7. L'expérience que j'ai eue avec Internet a été satisfaisante ☐
8. En général, je suis satisfait par les services fournis sur Internet. ☐
9. Utiliser Internet cela me paraît utile ☐
10. Utiliser Internet me permet de faire des activités quotidiennes plus rapidement. ☐
11. Utiliser Internet me permet d'agir de manière plus efficace ☐
12. Je me sens capable d'acheter un produit sur Internet ☐
13. Je me sens à l'aise en cherchant une information sur Internet concernant un produit ☐
14. Je me sens capable de localiser les lieux d'achat sur Internet ☐
15. Utiliser Internet pour effectuer mes achats est une bonne idée ☐
16. Mon avis général sur le commerce électronique est positif ☐
17. Cela me paraît être une idée intelligente d'acheter sur Internet ☐

[Aller à « Données scio-économiques »](#)

9. Utilisation d'Internet

9.1.- Pourquoi utilisez-vous Internet ? *(il se réfère indépendamment à des services qu'il a utilisés et à des activités effectuées : Laisser parler la personne, proposer les thèmes, dire les propositions)*

Pour communiquer :

Envoyer et recevoir des courriers électroniques

☐

Chater, IRC

☐

Prendre part à des forums de discussion
newsgroup

☐

Envoyer des messages à des téléphones portables

☐

Téléphonie IP

☐

Blog

☐

Commerce électronique :

Opérations bancaires

☐

Achats en line

☐

Information touristique et réserves

☐

Information sur les spectacles et

☐

Pour obtenir des entrées

Vente en ligne (ventes au enchères, annonces)

☐

Pour rechercher :

Recherche générale dans des moteurs de recherche/annuaires

☐

Loisirs et information :

Lire des journaux/nouvelles,
visiter des sites sur la télévision, les radios, revues

☐

Jouer ou télécharger des jeux

☐

Recherche d'information météorologique

☐

Obtenir de la musique, jeux, livres, fichiers, etc. :

Échange d'archives (P2P Ejem : Kazaa)

☐

Téléchargement de programmes

☐

Écouter ou télécharger de la musique

☐

AUTRES

☐

9.2.- A partir de la liste suivante, avec quelles personnes maintenez-vous des liens sur Internet. (choix multiple)

- | | |
|---|--------------------------|
| Amis/Connaissances personnelles | <input type="checkbox"/> |
| Amis/Connaissances que vous connaissez uniquement à travers un réseau (ex : professionnel). | <input type="checkbox"/> |
| Famille | <input type="checkbox"/> |
| Collègues de travail / Dirigeants | <input type="checkbox"/> |
| Camarades de classe / Professeurs | <input type="checkbox"/> |

9.3.- Disposez-vous d'une adresse mail ?

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------|
| Non | <input type="radio"/> |
| Oui, seulement personnel | <input type="radio"/> |
| Oui, seulement professionnel | <input type="radio"/> |
| Les deux | <input type="radio"/> |

9.4.-Et, en particulier, avez-vous utilisé Internet pour les choses suivantes ?

- | | Oui | Non |
|--|-----------------------|-----------------------|
| Chercher du travail | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Chercher une information pour les devoirs de collège, de lycée , d'université | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Effectuer des démarches avec votre lieu d'études, comme inscription, droit d'inscription, etc. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Effectuer des cours à distance diplomant | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Effectuer des cours à distance visant la recherche d'emploi ou une amélioration professionnelle | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Chercher une information sur les services sanitaires | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Avez-vous pris contact avec l'administration publique par le biais d'Internet ?
(si OUI, aller 9.5) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9.5.- Quel type de contact avez-vous eu avec l'Administration publique à travers Internet ?

	Oui	Non
Chercher une information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obtenir des formulaires ou des imprimés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Livrer ou envoyer des formulaires complétés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Effectuer des paiements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9.6.- Avez-vous utilisé l'information que vous avez obtenue sur Internet, pour vos décisions d'achat en ligne ou sur le marché traditionnel (magasins) ?

Oui ☐ Non ☐

9.7.-Quels problèmes avez-vous rencontré en utilisant Internet ?

	Si	Non
27.1 - le réseau est lent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
27.2 - Infections par des virus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
27.3 - Insécurité avec vos données personnelles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
27.4 - Aucun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
27.5 - NS/NC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
27.6 - Autres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9.8.- Avez-vous acheté ou commandé certain produit ou service, à travers Internet depuis les 3 derniers mois ? (Filtre)

Oui ☐ Non ☐ NS/NC ☐

Si OUI aller à paragraphe « acheteurs »

Si NON , suivre dans le paragraphe suivant

9.9.- Évaluez de 1 à 7 les affirmations suivantes : (On pose des questions sur trois aspects des TIC : intention d'utilisation et d'achat, attitudes etc.). Au cas où il est non utilisateur il faut lire les questions indiquées dans le conditionnel.

1. Mon avis général sur Internet est positif ☐
2. Utiliser Internet est simple pour moi ☐
3. Utiliser Internet cela me paraît utile. ☐
4. L'expérience que j'ai eue avec Internet a été satisfaisante ☐
5. En général, je suis satisfait par les services fournis par Internet. ☐
6. Je me sens capable d'acheter un produit sur Internet ☐
7. Je me sens capable de localiser des lieux d'achat sur Internet ☐
8. Je me sens capable de chercher une information sur Internet concernant un produit ☐
9. Utiliser Internet pour acquérir un certain type de produit, me permettrait d'acheter de manière plus efficace ☐
10. Utiliser Internet pour acquérir un certain type de produit me permettrait d'effectuer mes achats plus rapidement ☐
11. Utiliser Internet pour acquérir un certain type de produit me serait utile pour effectuer mes achats ☐
12. Utiliser Internet pour effectuer mes achats est une bonne idée. ☐
13. Mon avis général sur le commerce électronique est positif ☐
14. Cela me paraît une idée intelligente d'acheter via Internet ☐
15. Quand j'ai acheté sur Internet pour la première fois, cela m'a paru facile ☐
16. Utiliser Internet pour acheter un produit serait simple pour moi. ☐
17. Internet serait facile à utiliser pour effectuer mes achats ☐
18. Il est probable que j'achète un produit via Internet (prochainement) ☐
19. Je crois qu'Internet sera l'outil dans lequel je ferai mes achats dans le futur ☐
20. Je pense utiliser Internet pour acheter un produit prochainement ☐

10. Achats

10.1.- Combien de fois avez-vous acheté / commandé des produits ou services par le biais d'Internet ?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| Une fois | <input type="radio"/> |
| 2-3 fois | <input type="radio"/> |
| 4-6 fois | <input type="radio"/> |
| 7-10 fois | <input type="radio"/> |
| Plus de 10 fois | <input type="radio"/> |

10.2.- Avez-vous acheté ou commandé certain produit ou service par le biais d'Internet depuis les 3 derniers mois ?

Oui ☐ Non ☐ **NS/NC** ☐

10.3.- Quel type de produits ou services avez-vous acheté par Internet (pour une utilisation personnelle) ? *(Laisser parler la personne, proposer les thèmes, dire les propositions)*

Supports physiques, multimédias :

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| - CD, DVD de musique | <input type="checkbox"/> |
| - Vidéos, DVD | <input type="checkbox"/> |
| - Livres | <input type="checkbox"/> |

Services :

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| - Services bancaires et financiers | <input type="checkbox"/> |
| - Achat et vente d'actions | <input type="checkbox"/> |
| - Services hôtellerie et tourisme | <input type="checkbox"/> |
| - Cours et formation | <input type="checkbox"/> |

Vous avez payé pour télécharger... :

- | | |
|---|--------------------------|
| - musique | <input type="checkbox"/> |
| - jeux | <input type="checkbox"/> |
| - programmes | <input type="checkbox"/> |
| - information/archives/livres électroniques | <input type="checkbox"/> |

Loisirs :

- | | |
|---|--------------------------|
| - Trouver des entrées pour les événements culturels ou sportifs | <input type="checkbox"/> |
| - Articles « seulement pour adultes » | <input type="checkbox"/> |
| - Loteries, lancer des paris (tiercé) | <input type="checkbox"/> |

Maison, automobile :	- Billets d'avion, de train, de bateau ou autobus/Réservation hôtels, gîtes	<input type="checkbox"/>	
- Contrat d'abonnement et paiements de services (lumière, gaz, téléphone)	<input type="checkbox"/>	Informatique et électronique :	
- Vêtement et accessoires	<input type="checkbox"/>	- Appareils numériques, Hi Fi	<input type="checkbox"/>
- Faire des courses (alimentation, droguerie, ménage,...)	<input type="checkbox"/>	- Les téléphones portables	<input type="checkbox"/>
- Fleurs	<input type="checkbox"/>	- Produits informatiques (software, hardware, périphériques,...)	<input type="checkbox"/>
- Articles pour la voiture	<input type="checkbox"/>	NS/NC	<input type="checkbox"/>
- Articles et équipement pour la maison	<input type="checkbox"/>	AUTRES	<input type="checkbox"/>

10.4.- Quel moyen de paiement avez-vous utilisé pour acheter sur Internet ? (*Laisser parler la personne, proposer les thèmes, dire les propositions*) et **10.5.- Quel est celui que vous préférez ?**

	Vous utilisez	vous préférez
48.1 - Carte de crédit	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
48.2 - Virement bancaire	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
48.3 - Contre remboursement	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
48.4 - Mandat postal	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
48.5 - Domiciliation bancaire	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
48.6 - Carte virtuelle/Prépayement	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
48.7 – Faible paiement (Paiements de moins de 3 €)	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>

10.6.- Évaluez de 1 à 7 les affirmations suivantes: (On pose des questions sur trois aspects des TIC : intention d'utilisation et d'achat, attitudes etc.). Au cas où il est non utilisateur, il faut lire les questions indiquées dans le conditionnel.

1. Mon avis général sur Internet est positif ☐
2. Utiliser Internet est simple pour moi ☐
3. Utiliser Internet cela me paraît utile. ☐
4. L'expérience que j'ai eue avec Internet a été satisfaisante ☐
5. En général, je suis satisfait par le service fourni par Internet. ☐
6. Je me sens capable d'acheter un produit sur Internet ☐
7. Je me sens capable de localiser les lieux d'achat sur Internet ☐
8. Je me sens capable de chercher une information par le biais d'Internet sur un produit ☐
9. Utiliser Internet pour acquérir certain produit me permettrait d'acheter plus efficacement ☐
10. Utiliser Internet pour acquérir certain produit me permettrait d'effectuer mes achats plus rapidement ☐
11. Utiliser Internet pour acquérir certain produit me serait utile pour effectuer mes achats ☐
12. Utiliser Internet pour effectuer mes achats est une bonne idée. ☐
13. Mon avis général sur le commerce électronique est positif ☐
14. Cela me paraît être une idée intelligente d'acheter via Internet ☐
15. Quand j'ai acheté sur Internet pour la première fois, cela m'a paru facile ☐
16. Utiliser Internet pour acheter certain produit serait simple pour moi. ☐
17. Internet serait facile à utiliser pour effectuer mes achats ☐
18. Il est probable que j'achète un produit à travers Internet (prochainement) ☐
19. Je crois qu'Internet sera un moyen par lequel je ferai mes achats dans le futur ☐
20. Je peux utiliser Internet pour acheter un produit prochainement ☐

Données socio-économiques

Profil de l'interviewé :

4.3 - Quelle est votre occupation principale ?

- | | | | |
|---|-----------------------|-------------------------|-----------------------|
| Travail pour le compte d'un autre : Temps plein | <input type="radio"/> | Temps partiel | <input type="radio"/> |
| Autonome (Profession libérale, artisans...) | <input type="radio"/> | Vous êtes au chômage | <input type="radio"/> |
| Retraité | <input type="radio"/> | Vous restez à la maison | <input type="radio"/> |
| Étudiant | <input type="radio"/> | NS/NC | <input type="radio"/> |
| Vous étudiez et travaillez | <input type="radio"/> | Autre occupation | <input type="text"/> |

4.4 - Quel est votre niveau d'études le plus élevé ?

- | | | | |
|---------------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| Collège, brevet | <input type="radio"/> | Niveau Master | <input type="radio"/> |
| Lycéens (Baccalauréat...) | <input type="radio"/> | Doctorant, ingénieur | <input type="radio"/> |
| Niveau Licence | <input type="radio"/> | NS/NC | <input type="radio"/> |
| Sans études | <input type="radio"/> | | <input type="radio"/> |

4.5 Dans quelles fourchettes de revenus vous situez-vous ? (smic France 2005 : 1217€/mois brut)

- | | |
|---|-----------------------|
| Moins de 600 €/mois (8.400 €/année) | <input type="radio"/> |
| De 600 à à 1.200 €/mois (8.400 à 16.800 €/année) | <input type="radio"/> |
| De 1.200 à 1.800 €/mois (16.800 à 25.200 €/année) | <input type="radio"/> |
| Plus de 1.800 €/mois (25.200 €/année) | <input type="radio"/> |
| Vous n'avez pas de salaires | <input type="radio"/> |
| NS/NC | <input type="radio"/> |

Commentaires généraux sur l'enquête :